

Міністерство освіти та науки України
Державний заклад «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»
Факультет соціальних і гуманітарних наук

Кафедра іноземних мов

МОРОЗОВ Павло Вікторович

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЗБАГАЧЕННЯ
ЛЕКСИЧНОГО СКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Кваліфікаційна робота магістра
за спеціальністю 035 Філологія. Германські мови та літератури
(переклад включно). Мова і література (англійська)


Особистий підпис – 

Морозов П.В.

Науковий керівник – 

Мединська А.В.

(старший викладач кафедри іноземних мов, доктор філософії)

Завідувач кафедри – 

Перепадя Д.О.

(доцент кафедри іноземних мов,
кандидат педагогічних наук, доцент)

Полтава 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. СПОСОБИ ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИЧНОГО СКЛАДУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	7
1.1. Шляхи та способи збагачення словникового складу	7
1.2. Деякі тенденції у словотвірних процесах сучасної англійської мови	14
1.3. Засоби масової інформації як джерело збагачення англійської мови.....	24
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СЛОВОТВОРУ НЕОЛОГІЗМІВ У МОВІ ЗМІ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	36
2.1. Продуктивні способи творення неологізмів у мові ЗМІ	36
2.2. Специфіка функціонування англійських неологізмів у сферах ЗМІ.....	51
Висновки до розділу 2	60
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

Мова – динамічна система, яка перебуває у постійному русі і є відкритою до будь-яких змін, що відбувається в суспільстві. Природно, що ці зміни відбиваються на мовних процесах. Важливою умовою існування мови як головного засобу комунікації є її розвиток, еволюція – відмирання застарілих і поява нових елементів на всіх рівнях мовної системи. Еволюційні процеси стосуються, в першу чергу, лексико-семантичного ярусу мови, оскільки саме лексика звернена до об'єктивної дійсності і безпосередньо відображає все, що в ній відбувається, вона є найрухомішим пластом мови та найбільш сприйнятливою до всього нового: з'являються нові реалії – з'являються нові слова на їх позначення, зникають реалії – зникають необхідність і у словах. Зміни у лексичному складі будь-якої мови відбуваються за рахунок внутрішніх та зовнішніх чинників: а) на основі слів і основ власної мови (словотвір, зміна значення слова) і б) на основі слів і основ інших мов (запозичення готових слів, словотворчих елементів). Поповнення словникового складу сучасної англійської мови зумовлено бурхливим розвитком науки, техніки та засобів масової інформації, потребами розширення старих і появою нових областей номінації[25].

Питанню дослідженню новотворів присвячено роботи таких вчених, як Е. Ханпіра, Н. Фельдман, В. Лопатін, Ю. Зацний, О. Земська, А. Брагіна, А.Березовенко, І. Андрусак, Н. Арутюнов, Р. Берчфільд, О.Боярська, В. Гак, О. Мешков, Є. Карпіловська, Н. Клименко, Ж. Колоїз, Л. Оліфіренко, О. Стишов, С. Єнікеєва, Ю. Жлуктенко, В. Заботкіна, Ю.Зацний, Н. Изулікін, К. Ковтун, Є. Кубрякова, Р.Махачашвілі, І. Мурко, Л.Омельченко та інші.

Мова радіо,телебачення та друкованих ЗМІ, безумовно, має визначену специфіку, що відрізняє їх від мови художньої або наукової літератури, від розмовної мови. Це є наслідком тривалого добору мовних, виразних засобів. Мові сучасних аудіальних та аудіовізуальних повідомлень, що склалися в

системі англійської мови, притаманні деякі загальні риси, що змінюються від епохи до епохи, проте існує також безліччю приватних особливостей.

Вивчення проблеми впливу засобів масової інформації на збагачення лексичного складу англійської мови являє собою сукупність питань лінгвістичного і екстралінгвістичного характеру. По-перше, ЗМІ оперативно реагують на сучасні тенденції у мові, являють собою простір, у якому відбувається апробація цих змін, саме в них відбивається багатофункціональність мови, ступінь її інтелектуалізації, зокрема через поширення термінів із різних галузей знань та їхню адаптацію в сучасному суспільстві; по-друге, вони самі виступають законодавцями багатьох тенденцій. Сюди, зокрема, належать питання про причини і умови процесу формування семантики нового слова, типах і формах запозичень та неологізмів, про характер їх асиміляції і більш загальні проблеми взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів в ході еволюції мовної системи.

Актуальність поданої теми зумовлена значними кількісними і якісними змінами, що відбуваються у словниковому складі англійської мови. У зв'язку з бурхливим розвитком засобів телекомунікації, виходом засобів масової інформації у глобальну мережу Інтернет, доступність якої зростає щодня, значно підвищується вплив ЗМІ на динаміку процесів, що відбуваються у мові. Щорічно фіксується поява більше 1000 нових слів, дослідники відзначають також значні якісні зміни, що відбулися з початку XXI століття. Найбільш помітними є зміни у лексиці, та зрушення, які стосуються актуальних способів творення нових слів і появи нових словотворчих формантів. Актуальним є вивчення запозичень у мові ЗМІ, тому що проникнення лексики одних мов в інші, відбувається досить інтенсивно на всіх їх діяхронічних зрізах і впливає на всі рівні мовної системи.

Об'єктом дослідження виступають лексичний склад сучасної англійської мови.

Предмет дослідження є процеси словотвору неологізмів в сучасній англійській мові, структурні особливості та особливості їх функціонування у засобах масової інформації.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні шляхів поповнення словникового складу англійської мови та визначенні ролі ЗМІ у процесі створення нових лексичних одиниць; в визначенні продуктивних способів утворення неологізмів у ЗМІ в англійській мові.

Поставлена мета вимагає вирішення наступних **завдань**:

- визначити та схарактеризувати основні шляхи поповнення словникового складу сучасної англійської мови;
- розглянути теоретичні основ вивчення сучасних неологізмів та запозичень;
- визначити статусу засобів масової інформації серед інших видів впливу на розвиток сучасного словотвору;
- визначення продуктивні способи утворення неологізмів у ЗМІ в англійській мові;
- розглянути особливості функціонування неологізмів у мові ЗМІ.

Наукова новизна даної полягає в тому, що в ній детально були розглянуті актуальні словотворчі моделі утворення слів в сучасній англійській мові та були виявлені нові словотворчі форманти, які ї актуальними на сучасному етапи функціонування мови.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її матеріали можуть бути використані при викладанні лекційних теоретичних курсів по лексикології, по теорії перекладу, теоретичній та практичній граматиці англійської мови, а також по загальному мовознавству.

У роботі використані наступні **методи**: методи суцільної вибірки – для пошуку практичного матеріалу та прикладів, індуктивно-дедуктивний метод, який передбачає спостереження, аналіз, класифікацію і подальший синтез тих явищ, що розглядаються; описовий метод; словотвірний аналіз, аналіз словникових одиниць методи лінгвістичного спостереження,

енциклопедичний, що дозволяє вивчення значення слова в тісному зв'язку з предметами і явищами, які вони позначають.

Матеріалами дослідження послужили неологізми, відображені в різноманітних засобах масової інформації, наукових працях видатних лінгвістів та словниках. В ході лексико-морфологічного аналізу виявлені її особливості та закономірності.

Апробація результатів дослідження. Основні результати роботи оприлюднено та опубліковано в трьох збірниках матеріалів конференцій: «Тенденції у словотвірних процесах сучасної англійської мови» – V Міжнародна науково-практична конференція «Наука і технології: виклики, перспективи та інновації» (Осака, Японія, 26-28 грудня 2024 року), «Шляхи та способи збагачення словникового складу англійської мови» – III Міжнародна міждисциплінарна науково-практична конференція «Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку науки та освіти» (Полтава, Україна, 24-26 квітня 2025 року), «Продуктивні способи творення неологізмів у засобах масової інформації» – II Всеукраїнська студентська інтернет-конференція «Філологічні та педагогічні науки: сучасні виміри та виклики» (Полтава, Україна, 27 листопада 2025 року).

Структура та обсяг наукової роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 75 сторінок. Основний текст роботи викладено на 64 сторінках. Список використаних джерел налічує 70 найменувань, у тому числі 22 іноземними мовами. Робота містить 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

СПОСОБИ ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИЧНОГО СКЛАДУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

1.1. Шляхи та способи збагачення словникового складу

Лексичний склад будь-якої мови поступово змінюється, віддзеркалюючи зміни, що відбуваються у мові. Проте з кінця 20 – на початку 21 сторіччя, завдяки бурхливому розвитку техніки та комунікативних технологій, глобалізації та демократизації суспільства загалом та мови зокрема, ці процеси стають дедалі стрімкішими. Кожен місяць видавництва Oxford, Cambridge, Longman, Macmillan інформують про внесення нових слів до он-лайн словників. Нові лексичні одиниці з'являються у мовленні у величезному обсязі, англійська мова переживає справжній «неологічний бум». Однак, не всі новотвори потрапляють до словникового складу мови і набувають статусу слова, до того ж, перш ніж стати узуальними, ці одиниці проходять апробацію і адаптацію у мовленні.

Потреба в описі і систематизації великого потоку нових лексичних одиниць, ідіом, словосполучень і значень зумовила виокремлення та становлення самостійної галузі в лексикології – неології. Термін «неологія» використовується у мовознавстві з початку ХІХ століття, проте значення «наука про неологізми» набуває у кінці ХХ століття.

Протягом останніх років створено спеціальні центри неології різних мов світу, де фіксуються та досліджуються нові слова і їх значення, аналізуються причини їх появи, вивчаються моделі їх утворення, здійснюється їх лексикографічна розробка. Останнім часом активізовано дослідження процесу появи нових слів, удосконалено методикау їхньої систематизації та нормативної оцінки, збагачено практику фіксування нових слів і нових значень[35, с.57]. Проблема неології присвячені дослідження таких вчених, як Е.Ханпіра, Н. Фельдман, О. Ликов, В. Лопатін, Ю. Зацний,

М. Бакіна, О. Габінська, О. Земська, А. Брагіна, А. Березовенко, І. Дегтяр, І. Андрусак, Н. Арутюнов, Р. Берчфильд, О. Боярська, В. Гак, О. Мешков, Є. Карпіловська, Н. Клименко, Ж. Колоїз, Л. Оліфіренко, О. Стишов, С. Єнікеєва, Ю. Жлуктенко, В. Заботкіна, К. Ковтун, О. Кубрякова, Р. Махачашвілі, Л. Омельченко, В. Телія, Є. Черкаська, А. Янков та інші.

Нові лексичні одиниці, що з'являються у мові, називають лексичними інноваціями, новотворами, новими словами. Проте найбільш поширеним і загальноживаним є термін «неологізм».

Неологізми (гр. *neos* «новий» і *logos* «слово») – слова, а також їх окремі значення, вислови, які з'явилися в мові на даному етапі її розвитку й новизна яких усвідомлюється мовцями (загальномовні) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора (стилістичні, або індивідуально-авторські неологізми).

Заболотний К. дає таке визначення: «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».

Неологізм живе недовго – як тільки він апробується практикою суспільного вживання, він перестає бути неологізмом. Кожен з неологізмів проходить наступні етапи адаптації: виникнення → узуалізація → акцептуалізація → лексикалізація/інтеграція. Однак, багато неологізмів не проходять такої перевірки і повністю зникають з мови; деякі з них фіксуються англійськими словниками із вказівкою автора.

На позначення нових лексичних одиниць використовується також термін «оказіоналізм» або «оказіональне слово». Проте у мовознавстві домінує точка зору, згідно якої досить чітко розмежовують ці два терміни – «неологізм» та «оказіоналізм».

В англомовних джерелах поняттю «оказіоналізм» відповідає термін «nonce word» – a word coined for a particular occasion (слово, створене для певної ситуації)[54].

Оказіоналізми слугують цілям найвиразнішої характеристики нової дійсності і нових людей, сприяють полегшенню сприйняття та засвоєння насиченої інформації, посилюють силу впливу, програмують певну реакцію мовця. Вони характеризуються високим ступенем експресивності, яка досягається тим, що вони виражають граничну, первозданну конкретність якого-небудь поняття або явища[13, с.27].

Колоїз Ж. розглядає оказіоналізм як «початковий етап «життя» кожного неологізму: усе нове при своєму «народженні» є випадковим, створюється не всіма носіями мови одночасно, а окремим індивідом. Подальша доля випадкового, оказіонального неологізму залежить від суспільства, узусу, що приймає або не приймає це новоутворення, вводить або не вводить його до загального вжитку, використовуючи в типових ситуаціях»[34]. Вона кваліфікує новоутворення прийняте узусом як узуальний неологізм, а новотвір, що не став загальноновживаним – оказіональним новотвором.

В нашій роботі ми будемо використовувати поняття неологізм і оказіоналізм з огляду на дихотомію мова – мовлення.

Розвиток мови є наслідком взаємодії зовнішніх (соціальних) і внутрішніх (системних, суто мовних) закономірностей – чинників, що визначають розвиток мови. Зазначимо, що внутрішні чинники, які сприяють розвитку мови, теж визначені соціальною природою мови, тільки їм властива більша самостійність[8, с.21].

Зовнішні чинники – це вимоги, які суспільство ставить перед мовою, її умови, в яких вона функціонує й розвивається. Внутрішні чинники – це можливості, які мова має у своєму розпорядженні. Серед внутрішніх чинників виділяють такі загальноновизнані закони розвитку мови, як закон системності, закон традиції, який стримує появу і розвиток інновацій; закон

аналогії, що є вагомим рушієм мовної еволюції; закон мовної економії; закон суперечностей, протиставлень, або антиномій які нібито зсередини готують мовні зміни. До них відносять антиномії:

- а) слухач і мовець,
- б) узус і можливості мовної системи,
- в) код і текст,
- г) інформаційна й експресивна функції мови,
- г) неоднозначні відношення між позначенням і позначуваним.

Шляхи появи новотворів у мові того чи іншого народу також зумовлені позамовними й внутрішньомовні причинами. До позамовних (екстралінгвальних) належать такі, як:

- 1) прискорений розвиток науки і техніки;
- 2) глобалізація, тобто інтеграція більшості країн світу, а отже, тісніші й різноманітніші контакти між ними;
- 3) зростання ролі і впливу ЗМІ на всі сфери життя суспільства та окремої людини;
- 4) тенденція до демократизації у всіх сферах життя суспільства;
- 5) загальне прискорення темпу життя.

Результатом цих процесів є потреба в номінації нових реалій матеріального й духовного світу.

До внутрішньомовних чинників появи нових слів відносимо:

- 1) тенденцію до економії знакових засобів вираження або „мовною економією» (О. Есперсен), „законом економії мовних зусиль» (А. Мартіне). Сутність цього феномену полягає в тому, що мовці для досягнення мети спілкування здійснюють відбір найраціональніших мовних засобів. Прикладами таких мовних явища є заміна стійкої словосполуки однослівним найменуванням; аббревіація; запозичення з метою раціональнішого, уточненого, деталізованого найменування вже відомих понять; семантичні трансформації; універбація тощо.

2) породжувальну функцію мовної системи, що уможлиблює реалізацію потенційних одиниць у складі певних словотвірних гнізд. До своєї появи такі інновації існували як потенції, через що якісь реалії позначалися описово;

3) уніфікацію знакових засобів вираження, розширення кола позначуваних об'єктів;

4) підвищення потенціалу виразності, естетичних характеристик лексичних одиниць. Досягнення цієї мети пов'язане з мовною грою та каламбуром за для створення особливо промовистої, яскравої форми номінації. Розширенням у лексиці кола синонімічних засобів досягається урізноманітнення, увиразнення мовлення, що допомагає деталізувати якість поняття, підкреслити його «яку-небудь властивість і таким чином зробити мовлення виразнішим».

5) тенденцію до диференціації семантики номінацій, здебільшого в напрямку «рід – види», виділення й позначення в такий спосіб нових аспектів певного поняття, реалії, явища дійсності. Ця тенденція відображає прагнення до певної ієрархії всередині лексико-семантичного поля: **e-learning – e-learner – e-teacher – e-school** тощо.

6) антонімію, формування нових системних зв'язків між одиницями лексикону.

На думку багатьох вчених кількість інновацій на лексичному рівні не піддається точним підрахункам, оскільки неологізми виникають не в мові взагалі як у системі соціально-закріплених знаків, здатних об'єктивно існувати, а реалізації цієї системи – у мовленні конкретних носіїв[47].

В сучасному мовознавстві існують декілька традиційних класифікацій неологізмів: за видом мовної одиниці; за ступенем новизни мовної одиниці, за видом означуваної реалії позначають, за способом утворення[12].

I. За видом мовної одиниці виділяють:

1) неолексеми – нові слова, які є результатом запозичення;

2) неофраземи – нові, стійкі сполучення слів із ідіоматичною семантикою;

3) неосемеми – нові значення старих слів.

II. За ступенем новизни мовної одиниці бувають:

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

2) відносні неологізми (слабкі) – лексичні одиниці, які колись існували, але на сучасному етапі виступають вже в іншому значенні, переосмисленні. До цієї категорії відносять і так звані «внутрішні запозичення», які виникають у наслідок перерозподілу у видах і жанрах мовлення.

III. За видом означуваної реалії позначають:

1) нову реалію;

2) стару реалію;

3) актуалізовану реалію;

4) відмираючу реалію;

5) неіснуючу (гіпотетичну) реалію.

IV. За способом утворення:

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

2) словотвірні (утворені за словотвірними моделями);

3) семантичні (нові значення лексичних одиниць).

З огляду на спосіб творення неологізмів Ю. Зацний розділяє неологізми в англійській мові на:

1) лексичні (нові слова);

2) фразеологічні (нові стійкі словосполучення);

3) семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або нові варіанти стійких словосполучень)[25, с.143].

З урахуванням способу утворення виділяють такі типи неологізмів:

1. Фонологічні – унікальні конфігурації, які утворюються з окремих звуків. Вони володіють найвищим ступенем конотації новизни і відносяться до сильних неологізмів через незвичайність форм. Вони представляють

собою конфігурації звуків. Такі слова також мають назву «штучні» слова. До групи фонологічних неологізмів умовно відносять нові слова, утворені від вигуків. Наприклад: **Zizz** (британський сленг) – «короткий сон» (імітація звуків, які видає людина уві сні, нерідко передається в коміксах за допомогою трьох букв ZZZ).

2. Запозичення. Серед запозичень виділяються варваризми – слова, що мають синоніми в мові-реципієнті, і ксенізми – слова, що позначають явища і об'єкти, які існують тільки в країні-джерелі і відсутні в мові-реципієнті. Запозичення збагачують словниковий склад не тільки новими одиницями, але новими словотвірними елементами і моделями. Важливим внутрішнім джерелом збагачення англійської мови є «сленг» – соціальні діалекти.

3. Морфологічні новоутворення створені в результаті дії різних регулярних словотвірних процесів з використанням закріплених у мовній системі елементів. Проте, для них характерна абсолютна структура та формальна новизна, оскільки вони є унікальними звукосполученнями і сприймаються як нероздільні, непохідні, невмотивовані одиниці.

4. Семантичні, або лексичні неологізми (словотвірні та запозичені) – 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.. Наприклад: **teleconference, agony aunt, airside, baby break, cash-limit, toyboy, cyberterrorism, dolphin-safe**. Характерною рисою лексичних неологізмів є те, що вони зазвичай з'являються в мові слідом за появою нових реалій і понять [62].

Поданий аналіз свідчить про те, що поповнення словникового складу англійської мови відбувається головним чином в наслідок двох процесів – «процесу зростання» (processes of growth), завдяки яким в мову входять нові

слова та «процесів змін» (processes of change), завдяки яким існуючі одиниці набувають змін значення. Тобто, збагачення лексичного рівня відбувається шляхом кількісного та якісного поповнення. Кількісне поповнення відбувається шляхом внутрішніх процесів, а саме за рахунок власного потенціалу словникового складу, тобто словотвору, який на сучасному етапі вважається головним джерелом поповнення лексичного складу англійської мови.

Зовнішнім процесом поповнення називають запозичення. Під якісним поповненням розуміють зміну семантичної структури слова. До таких змін належать: генералізація (розширення значення); спеціалізація (звуження значення); метафора та метонімія (перенос значення); деградація та елевація (погіршення та покращення значення)[30, с.56].

Як вже було зазначено, лексичні запозичення з інших мов посідають певне місце серед основних джерел збагачення англійської мови. Запозичення є результатом взаємодії різних народів на економічному, політичному, науковому та культурному рівнях. Переважна більшість запозичень – слова на позначення нових понять, предметів або явищ. Типовим є використання запозичених слів у якості вторинних найменувань відомих предметів або явищ. В цьому випадку неологізм може асимілюватися в мові, якщо він характеризує предмет з іншого боку, є загальноприйнятим інтернаціональним терміном, або якщо іншомовне слово виявилось більш привабливим в емоційно-оцінному плані. Зазначимо також, що багатозначні слова, зазвичай, запозичують в якомусь одному їх значенні, при цьому об'єм значення слова дещо скорочується[24, с.124].

1.2 Деякі тенденції у словотвірних процесах сучасної англійської мови

Розглядаючи процеси, механізми та засоби створення лексичних інновацій, Ю. Зацний підкреслює, що збагачення лексичними неологізмами

на сучасному етапі розвитку англійської мови відбувається майже винятково шляхом словотвору. Науковець наголошує, що значна частина вихідних «будівельних» елементів (кореневих основ, афіксів) у свій час була запозичена з інших мов[23].

Задля творення нових слів використовується весь арсенал словотворчих засобів та способів, що існують у мові, проте простежуються стійкі тенденції стосовно використання найбільш вживаних. Останні дослідження англійського словотвору свідчить про певні зміни у функціональній активності способів словотвору. Протягом тривалого часу в англійській мові переважали такі словотворчі процеси як афіксація, композиція (словоскладання) та конверсія.

Одиниці, утворені в результаті афіксації, зазвичай, цілком наслідують англійські словотворчі традиції, тому поява похідних неологізмів свідомо помічається носіями мови тільки тоді, коли вони усвідомлюють новизну значення слова. Подібний спосіб переважає при утворенні власне неологізмів. Похідне слово, так само, як і складне, характеризується розчленованістю і наявністю внутрішньої предикації [37, с. 43].

Афіксальні одиниці складають 24 % всіх новоутворень і незначною мірою поступаються складним словам, цікавим є зростання різноманітністю афіксів, які вживаються: за останні 20 років в утворенні нових слів було зафіксовано використання біля 10 суфіксів: **-ability, -able, -ac, -acy, -ance, -ant, -ative, -ed, -ee, -er\or, -ery, -ing, -ion, ional, -ish, -ism, -ist** та багато інших.

Префіксальні новоутворення не такі численні, серед найбільш продуктивних префіксів відзначають: **anti-, co-, de-, non-, post-, pre-, re-, sub, in-**. Дослідники також наголошують на тому, що сучасний стан афіксальної системи характеризується появою нових афіксів та напівафіксів, нових значень афіксів і варіантів (відтінків) значень, нових моделей та обмежень на їх вживання.

Як зазначає Зацній Ю. первинним матеріалом для «афіксалізації» слугують як повнозначні слова, так і їх частини (фрагменти), відбувається

переродження основ та їх переходу до розряду афіксоїдів («коренева морфема, що вживається для утворення нових слів, виступаючи в ролі словотвірного афікса» [9, с. 34]. Такі компоненти перетворювалися у високочастотні внаслідок словотворення за аналогією, за зразком конкретної лексичної одиниці, яка служить за модель, шляхом заміни в слові-моделі певного компоненту. Саме таким чином в англійській мові сформувалися високопродуктивні афікси **-abuse, -friendly, -line, -person, -something, -speak, -ware, -watch.**

Словоскладання (поєднання двох або більше слів) як вже зазначалося, є одним з продуктивним способів деривації. Такій популярності словоскладання завдячує аналітизму англійської мови, що створює необхідні умови для стягнення лексем в єдині складні, але цільні номінативні одиниці. Питомою залишаються сполучення процес утворення багатокomпонентних лексичних одиниць, "складних слів синтаксичного типу". Більша частина таких одиниць виникає на базі фразових означень, вони функціонують в якості прикметників (**brick-and-mortar, kiss-and-tell, not-for-profit, pay-per-view, right-to-roam**), однак зростає і кількість іменників, утворених таким чином: **fly-by-light, just-in-time, smoke-and-mirrors, video-on-demand.**

Велику роль у створенні неологізмів, і зокрема, неологізмів-складних слів відіграє аналогія, наприклад: **airlift - boatlift - babylift; baby-sitter - church-sitter - home-sitter; seaworthy - carworthy.** У процесі аналогічного словотворення відбувається своєрідне моделювання, відбиття моделі зразка, що веде до оформлення і абстрактної словотворчої моделі: саме завдяки створенню цілої низки нових одиниць за зразком складного слова незмінний компонент перетворюється у високочастотний, з'являється модель з постійним компонентом. У результаті постійний компонент такої моделі може виконувати функцію суфікса, крім того, неологізми в багатьох випадках самі стають зразками для подальшого словотворення (і це стосується не тільки складних слів): **downsizing - upsizing; high tech – low**

tech; outsourcing - insourcing - E-sourcing; internet - intranet - extranet; state-of-the-art - state-of-the-tech - state-of-the-market.

Конверсія – спосіб словотвору при якому нове слово утворюється без кількісних змін основної форми слова та без залучення будь-яких лінійних словотворчих елементів. Корінь, основа та граматична форма слова співпадають за звучанням та написанням, і лише зовнішні показники, такі як артикль, допомагають визначити значення та функцію слова в реченні. Використання цього колись значно продуктивного способу значно знизилося. Основною моделлю продовжує залишатися N – V, за якою утворюється велика кількість нових термінів: **to back-stroke, to lesson** і т.д. Значна кількість дієслів утворюється від складних іменників: **to soft-dock** від **soft-dock** – «стиківка орбітальної станції», **to carpool** від **carpool** – «керування автомобілем по черзі».

Утворення іменників від дієслів залишається менш продуктивним способом, що пов'язано з тим, що в англійській мові іменники легко утворюються від дієслів шляхом афіксації. Одним з найбільш продуктивних різновидів конверсії залишається субстантивация – перехід прикметників до розряду іменників внаслідок вилучення одного з компонентів фрази. Наприклад прикметник **mom-and-pop** в значенні «дрібний, маленький» (про бізнес), який є частиною словосполучення **mom-and-pop operations**, почав функціонувати як іменник, увібравши в себе семантику всієї фрази [32, с. 26]. Продуктивними є також іменники, утворені від прикметників, які закінчуються на **-ic**, наприклад: **acrylic, astigmatic, geriatric, prepsychotic**. Всі ці одиниці утворені за принципом, схожим з такими відомими, як **alcoholic, lunatic, critic**.

Так само, як для афіксальних і складених неологізмів, для нових конвертованих утворень характерною є тяжіння до багатоконпонентних структур. Так, іменники можуть утворюватися від дієслівних виразів, наприклад: **work-to rule** виступ робітників з вимогами дотримуватись всіх пунктів трудової домовленості.

Як зазначалося вище, в англійському словотворі відбувається перерозподіл активних способів словотвору. Одною з головних словотвірних тенденцій перших десятиліть ХХІ століття є зростання ролі маргінальних способів деривації. Так, одним з продуктивних способів словотворення сучасної англійської мови є скорочення. Скорочення – це частина слова, що вживається після втрати його окремих елементів. Цей тип деривації відомий з давніх часів, він походить від явища узагальнення і відноситься до факторів мовної економії. Для повної форми слова чи словосполучення, які мають скорочений вигляд, обов'язковими були висока частотність та популярність вживання, або й складність структури тощо. Наприклад, **doc – doctor, prof – professor, sis – sister, mike – microphone**. Більшість скорочень також утворені від певних аналогій, добре знайомих мовцям. Скорочення в усному мовленні (*clipping*) – це усічення або пропущення частини морфемного складу слова.

У лінгвістиці існує декілька класифікацій скорочених лексичних одиниць, в основі яких лежать різні принципи, що частково зумовлено великою кількістю різновидів скорочень. Згідно із класифікацією В. Б. Борисова, скорочення поділяються на графічні та лексичні [47, с. 13]. Графічна аббревіація – це скорочення слова в писемному мовленні, а лексична аббревіація – це скорочення слова у сфері усного спілкування. Лексичні скорочення поділяються на [13]:

- аббревіатури;
- усічення ;
- та контамінації (телескопізми).

Аббревіатури, в свою чергу, можна поділити на:

- ініціальні (представлені початковими буквами скорочуваних компонентів словосполучень чи складних слів);
- акроніми (послідовність звуків, позначених початковими літерами, які читаються як звичайне слово).

Водночас деякі науковці (О. Земська, В. Шокуров) вважають, що існує диференціація між поняттями «аббревіатура» та «усічення».

В українському мовознавстві підтримується позиція, згідно якої аббревіація розглядається як «похідне слово – складноскорочене слово, яке утворилось шляхом одного з різновидів скорочення декількох твірних слів з наступним поєднанням їх в одне ціле» [9, с. 18].

Дослідники наголошують, що на сучасному етапі перший план виходить так звана телескопія (фрагментація): новотвори формуються шляхом зрощення двох частин (фрагментів, осколків) існуючих слів, або одного повного слова і частини другого, причому якщо йдеться про фрагменти існуючих лексем, то вони, як правило, не співпадають із реальними морфемами. Внаслідок дії такого способу і механізму створюються нові лексичні одиниці, які іменуються телескопізмами [23].

В сучасному мовознавстві для називання подібних неологізмів використовують такі назви: зрощення, злитки, контамінації, слова-гібриди, бленди, franken-word тощо; тобто ще не існує усталеного терміна на позначення таких одиниць [43, с. 54]; [41, с. 46].

Спочатку телескопізми носили оказіональний, жартівливий характер, однак згодом і лінгвісти оцінили економну сутність авторських утворень за таким способом. Починаючи з другої половини ХХ століття телескопія поступово перетворюється на все більш активний засіб вербалізації комплексних понять, які практично співвідносяться зі всіма сферами людського суспільства; ціла низка телескопійних утворень англійської мови перетворилася на інтернаціональні одиниці, наприклад: **modem, motel, smog, spam, transistor**. На початок ХХІ століття у словниках нової лексики, у спеціальних та загальних словниках зафіксовано вже кілька тисяч телескопійних одиниць, що закріпилися в англійській мові.

На сучасному етапі подібним способом утворюються не лише іменники, а й інші частини мови: прикметники (**blandiose (bland + grandiose), blurple (blue + purple); beautifect (beautiful + perfect), squoval**

(**square + oval**); дієслова (**compute** (**computer + communicate**), **stuffed** (**stuff+suffocate**), **spave** (**spend + save**)) тощо.

Однією з тенденцій щодо реалізації телескопічного способу є використання скорочених слів у якості складових телескопізмів. Яскравим прикладом є наступні слова: **celeb** (скорочення лексичної одиниці **celebrity**), з яким були створені неологізми **celebreality** (**celebrity + reality**), **celebutante** (**celebrity + debutante**), **celebutard** (**celebutante + retard**), **celesbian** (**celebrity + lesbian**). У сучасній розмовній англійській мові функціонують численні телескопізми зі словом **blog**, яке є скороченням одиниці **weblog**, наприклад, **celeblog** (**celebrity + blog**), **siblog** (**sister or sibling + blog**), **vlog** (**video + blog**).

У якості фрагментів телескопічних слів можуть виступати цілі словосполучення. До таких «неоформацій» належать, наприклад, одиниці **aireoke** (**air guitar + karaoke**), **scuppie** (**socially conscious + yuppie**), **soapedy** (**soap opera + comedy**). Телескопізм **scuppie** являє собою слово, утворене з трьох фрагментарних елементів, причому фрагмент **cuppie**, є аббревіатурою, що перетворилася на акронім; слово **turducken** є прикладом зрощення трьох фрагментів **turkey + duck + chicken**.

Наступною особливістю сучасного словотвору є поява «вторинної телескопії», сутність якого полягає в тому, що у складі телескопічних новотворень щонайменш один із фрагментів, що виступає в якості компонента зрощення, у свій час також виник у результаті контамінації двох одиниць, наприклад, **vog** (**volcanic + smog**) «вулканічний смог». В цьому неологізмі другий фрагмент **smog** є теж телескопізмом (**smoke + fog**). Зафіксовані випадки, коли обидва компоненти, що піддаються дії «вторинної телескопії», виникли шляхом «первинної телескопії»: неологізм **splog**, що вводить поняття «псевдоблога», є зрощенням таких одиниць, як **spam + blog**, причому обидва компоненти виникли шляхом телескопії (**spam (spiced + ham)**, **blog (web + log)**).

Телескопічні неологізми розкривають роль, що відіграє в словотворчих процесах аналогія, яку слід вважати мовною універсалією. Дія механізму

аналогії спостерігається у всіх активних способах словотвору англійської мови. Так, учені цілком слушно наголошували на тому, що нові мовленеві (а у подальшому - мовні) одиниці фактично створюються не стільки завдяки існуючим способам, що актуалізуються у вигляді активно діючих моделей (патернів), скільки завдяки вже створеним словам, які, власно кажучи, і слугують конкретними моделями словотвору.

Так, вербальною базою неологізмів-похідних афіксального та композитного характеру частіше всього також служить конкретне словозразок, у якому відбувається заміна одного із компонентів на інший (насамперед, реальної морфеми на відміну від осколка морфеми в телескопійних одиницях), причому дуже часто зразками для подальших інновацій: служать нещодавні неологізми. Наприклад, такі неологізми останніх років, як **crowdsourcing**, **friendsourcing**, **unsourcing**, побудовані за зразком раніше створеної одиниці **outsourcing**.

Розглядаючи роль аналогії як універсального механізму, що значною мірою регулює систему словотвору і, тим самим, в сучасних умовах функціонування англійської мови, коли, як відзначалося, вона збагачує і оновлює свій словниковий склад майже виключно за рахунок історично сформованих власних ресурсів, можна констатувати, що і весь розвиток лексико-семантичної системи цієї мови залежить від дії зазначеного універсального механізму.

Наведемо результати реалізації в мовленні та мові всіх інших активних способів словотвору. Розглянемо, зокрема, такий продуктивний для англійської мови спосіб і механізм формування інновацій, який умовно можна назвати «зворотньою деривацією» (*back derivation*, *back formation*). Цей спосіб первинно виявився особливо продуктивним для утворення дієслів шляхом «віднімання» суфіксів (реальних чи хибних) від іменників, причому слід мати на увазі, що він виник саме завдяки дії аналогії: якщо іменник типово утворюється від дієслова шляхом додавання суфіксу, то в разі існування неологізма-іменника за логікою лінгвістичних досліджень (які при

всій суб'єктивності практично ототожнюються з лінгвальними - об'єктивно існуючими в мові) вчені змушені були підвести теоретико-методологічну базу під реалізований у мовленні і мові процес створення дієслів шляхом віднімання суфіксу (реального чи хибного) : **baby-sitter – baby-sit, carjacking – carjack, laser – lase, mass production – mass produce**. Прикладом хибного тлумачення морфемного складу іменників у наведених прикладах є аббревіатура **laser** (light amplification by stimulant ed emmission of radiation), яка, зрозуміло, не може поділятися на кореневу основу та суфікс.

Аналіз словникового складу свідчить про високу продуктивність ініціальних скорочень, до яких відносять літерні ініціальні аббревіатури (**IT, IP**), звукові ініціальні скорочення – акроніми (**HAND** – Have a nice day; **TIL** – Today I learned... ; **KISS** – Keep it simple, stupid; **KIT** – Keep in touch; **SLAP** – Sounds like a plan; **PAW** – Parents are watching; **TOY**–Thinking of you), ініціально-слівні аббревіатури (**Njoy** – скорочення від Enjoy (Отримувати задоволення); **JAC** – Just a second).

В основі утворення семантичних інновацій, як відзначає В. Заботкіна, «лежить необхідність найменувати нову річ». Таке словотворення продуктивне в науково технічній галузі, зокрема, в галузі високих технологій, оскільки «вимоги науково-технічного прогресу постійно створюють номінаційний вакуум в термінологічних словниках різних галузей науки і техніки».

Щодо семантичного розвитку лексичного складу сучасної англійської мови, виділяють наступні типи творення семантичних неологізмів: розширення значення (генералізація), звуження значення (спеціалізація), перенос найменування: метафора й метонімія, деградація (погіршення) та елевація (поліпшення) значення.

Генералізація значення, розширення або узагальнення – це зміна значення, у результаті якого слово, що називає предмети одного виду, поширюється як найменування на всі види даного роду, тобто стає найменуванням відповідного роду. Зазвичай розширення значення слова

супроводжується більш високим ступенем абстракції й нове поняття ширше оригіналу, а нове значення слова розширено і узагальнено. Наприклад, загальноновживане слово **friend** n, v: у соціальних мережах Facebook і Twitter відбувся семантичний зсув у понятті «друг». В інтернет-середовищі другом може стати не тільки знайома людина, але й користувач, з яким підтримуються стосунки лише в межах цього комунікативного середовища. Інший приклад розширення значення – слово *status* – у соціальних мережах воно набуло ширшого значення, сімейного стану користувача («заміжня/одружений», «незаміжня/неодружений», тощо), під статусом слід розуміти ще й особливе текстове повідомлення, яке розміщується кожним користувачем самостійно в спеціальному вікні, де описуються думки, переживання, погляди людини тощо [13].

Спеціалізація значення, або звуження значення – це процес зворотний розширенню значення при якому відбувається поступовий процес переходу слова із загальної сфери у деяку спеціальну сферу комунікації. Наприклад, **hyper-documentation** n: значення «накопичення детальної інформації, яка стосуються певної теми або предмета» звужується у «нагромадження великої кількості вичерпної і детальної інформації про події в житті певної людини, особливо, коли нею діляться в соціальних мережах та медіа».

Метонімія – тип семантичних змін, при якому перенесення імені того чи іншого предмета або явища на інший предмет або явище здійснюється на основі реальних (а іноді уявних) зв'язків між відповідними предметами або явищами. Зв'язок у часі або просторі, причинно-наслідкові зв'язки і т.д. можуть викликати регулярні, стійкі асоціації, що дозволяє встановити деякі моделі метонімічних переносів. Асоціація, що призвели до появи слова, засновані на тонких психологічних зв'язках між різними об'єктами і явищами, тому їх іноді дуже важко прослідкувати [47]. Одним з прикладів результату застосування метонімії є поява слова **duckface selfie**, на позначення способу фотографування: *a selfie in which the subject pouts their*

lips in an exaggerated way. Though the duckface selfie looks ridiculous, it actually comes from a very sensible place [55].

Метафора – перенесення найменування того чи іншого предмета або явища на інший предмет або явище на підставі їх подібності або прихованого порівняння, причому уподібнення одного предмета іншому може здійснюватися внаслідок спільності досить різних ознак [39]. Наприклад: **desktop, wallpaper, menu, snailmail, cyberpunk, netsurfing**; наразі ці комп'ютерні терміни майже ніхто не сприймає як метафори, проте саме таким чином вони були створені.

Отже, в сучасному англійському словотворі відбувається перерозподіл активних дериваційних механізмів. Стрімко набирає популярності використання скорочення, зокрема, телескопії, аббревіації та створення акронімів; зрощення словосполучень, фрагментів речення в одне слово стає дедалі загальноживаним. Однак, такі традиційно продуктивні способи як афіксація та композиція не втрачають актуальності. Крім того, дослідники фіксують появу нових продуктивних словотворчих елементів. Зазначимо також, що одним з принципів, що застосовується до усіх способів словотворення є принцип аналогії, його використання притаманне і словоскладанню, і афіксації, і телескопії, і аббревіації.

1.3 Засоби масової інформації як джерело поповнення словникового складу англійської мови

Завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій, сучасне суспільство є свідком формування нового інформаційного світу, в якому інформаційні зв'язки та інформаційні ресурси відіграють домінуючу роль як у науково-технічному так і соціальному плані. Поєднання традиційних засобів поширення інформації (телеграф, телефон, радіо, телебачення, газети, журнали, книги) з новими електронними системами телекомунікації (електронна пошта, факс, Інтернет) дозволяють створювати потужні системи для зберігання величезних об'ємів інформації та дають можливість її швидкої

обробки, відкривають доступ до джерел інформації у всьому світі, сприяють обміну знаннями та досягненнями в усіх сферах життя, сприяють прогресу та збагаченню всього людства в цілому.

Отже, сучасні засоби масової інформації, до яких ми відносимо газети, журнали, телебачення, радіо та телекомунікації, знаходяться у самому вирії змін, що відбуваються в нашому глобальному світі, слугують одними з головних провідників інформації. Саме вони найчутливіше реагують на будь-які зміни в житті суспільства, поширюють наукові знання, мають потужний вплив на стан суспільної свідомості й формують та висловлюють громадську думку, оскільки більшість своїх уявлень про світ людина отримує з газет, журналів і теле-, радіопередач та Інтернет-контенту.

ЗМІ поділяються на візуальні (періодичні друковані видання), аудіо (радіо) й аудіовізуальні (телебачення, документальне кіно), проте завдяки телекомунікації з'явилися такі феномени як «мультимедіа» та «гіпертекст», що поєднують у собі звук, зображення, літеро-цифрові дані тощо. Проте, незважаючи на всі їх відмінності, ЗМІ об'єднують в єдину систему масової комунікації завдяки спільній функції й особливій структурі комунікативного процесу.

Однією з відмінних рис ЗМІ є їх публічність, яка досягається завдяки необмеженому колу споживачів; непряма, розділена у просторі і часі взаємодія комунікантів; односпрямованість впливу від комунікатора до реципієнта, неможливість зміни їх ролей. Виступаючи активними учасниками суспільно-політичних й економічних процесів в суспільстві, ЗМІ реалізують соціальний контроль мас. Здійснюють ідеологічний, політичний, економічний та організаційний вплив на оцінки, думки і поведінку людей.

Усі ці процеси знаходять відображення у мові ЗМІ, яка дуже чутливо й швидко реагує на будь-які зміни, і не лише у суспільстві. Практично все, що стосується проблем мови як феномена, у найбільш гострому вигляді відбиваються у мові ЗМІ. Це стосується сучасних тенденцій і динамічних

процесів як у мові в цілому, так і на рівні словотворення, морфології, синтаксису, культури мовлення тощо.

Проте зазначимо, що у свою чергу ЗМІ впливають на розвиток мови, і, насамперед, це стосується поповнення словникового складу. Як було вже зазначено вище, засоби масової інформації поширюють наукові знання, оперативно доносять інформацію про оновлення суспільно-політичного, економічного та культурного життя. Вони перші знайомлять пересічну аудиторію з термінами, які позначають нові явища, речі, винаходи, завдяки посередництву ЗМІ нова термінологія дуже швидко стає загальноживаною, таким засоби масової інформації виконують свою номінативну функцію.

Кінець минулого століття та початок нового особливо позначився бурхливим розвитком сфери сучасної інформаційної техніки. Саме інформаційні технології і визначили вибух новоутворень, які з'явилися для позначення нової інформаційної техніки, нових засобів обробки та передачі інформації [24, с. 174]. Розробкою та аналізом інновацій у сфері інформаційних технологій в англійській мові займається значна кількість лінгвістів, серед яких Зацний Ю.А., Єнікеєва С.М., Махачашвілі Р.К., Жулінська М.О.

Поява Інтернету призвела до утворення нового соціального простору – **cyberspace** (кіберпростору), або **virtual space** (віртуального простору). Лексичні одиниці, що закріпилися за інформаційною технікою та інтернет-технологіями, перетворилися на ключові слова, центри словотворчих і фразотворчих парадигм (**cyber** – **cybercommerce**, **cybershopping**, **cybermall**, **cyberplaza**, **cybershop**).

Була створена значна кількість нових слів для позначення понять «інтернет економіки». Новотворення **dot-com**, **dot-net**, **netco**, **online company**, **Internet firm** позначають «компанії, фірми, що здійснюють свою комерційну діяльність тільки через Інтернет».

Інформаційні технології створили умови для появи нового виду торгівлі та навчання – електронного.

Лексичні одиниці **cybercommerce**, **cybershopping**, **E-shopping**, **electronic commerce**, **Internet shopping** використовуються для позначення торгівлі; **cybercash**, **cybermoney**, **cybercurrency**, **E-cash**, **E-money**, **virtual money** – для введення поняття «електронні гроші»; **cybermall**, **cyberplaza**, **cybershop**, **electronic shop**, тощо – для позначення електронних магазинів, торгових центрів. Традиційна торговельна установа, яка позначається неологізмом **bricks-and-mortar (BAM)**, має свого «віртуального двійника» – **dotbam**.

Наприкінці минулого століття з'явилося таке соціальне явище, як «освіта через Інтернет». Освіта відноситься до категорії одного із самих чутливих і відкритих до нововведень соціальних просторів, тож інформаційні технології не могли залишитись осторонь.

Застосування комп'ютерної техніки призвело до утворення комп'ютеризованої освіти (**computer-aided education**), яка у свою чергу створила умови для навчання дітей у домашніх умовах (**teleschooling**, **cyberschool**). Але особливо широкого розмаху набула дистанційна форма навчання (**distance learning** або **distance education**) у вищих навчальних закладах. Спочатку університети Європи і США нерішуче впроваджували таку форму навчання, проте щоб не втратити свою частку надзвичайно конкурентного ринку освіти їм довелося розвивати цей сегмент освітніх послуг.

Завдяки цій новій демократичній формі навчання було створено багато нових слів: **e-learning**, **online learning**, **online education**, **telelearning**, **web-education**, **web-based education**, **digital education**, **digital learning**, **wire learning**, **dotcom education**, **dotcom learning** та інші. Вищі навчальні заклади, що долучилися дистанційної освіти стали називати **virtual university**, **cybercollege**, **cyberschool**, **teleschool**, **dotcom college**, **online university**, **e-university**. Для учасників дистанційної освіти також з'явилися нові слова: **wired student**, **virtual student**, **cybereducator**, **cyberlecturer** та **elearner**.

У перше десятиріччя ХХІ століття бурхливий розвиток технології мобільного зв'язку ввів у вжиток низку слів з елементами «**mobile**» та «**wireless**» (**mobile TV, mobile music, mobile advertising, mobile e-mail, mobile gambling, mobile content, mobile dating, wireless call, wireless VoIP, wireless bandwidth, wireless Web, wireless broadband, wireless subscriber**). Підкреслимо, що саме завдяки медіа простору ці слова дуже швидко увійшли до мови.

Яскравим прикладом впливу суспільно-політичного життя на появу нових слів є ситуація, пов'язана процесом виходу Великобританії з Євросоюзу: слово **Brexit** не тільки до сих пір не сходить зі шпальт газет і журналів, та звучить у ефірі у всьому світі, але стало зразком за яким утворюють нові слова: **Polexit, Italexit** тощо. Згадаємо також такі слова як **Monicagate, Russiagate, Koreagate, Erdogate**, похідні від **Watergate** – назви готельного комплексу, який став символом скандалу після ситуації з президентом Ричардом Ніксоном, а формант **-gate** набув семантичного значення «скандал з гучними наслідками» [64].

Багато нових термінів постачає також індустрія моди та краси, вперше з'явившись на шпальтах модних журналів, слова на позначення нових предметів одягу або косметичних засобів швидко потрапляють до інших ЗМІ (**jeggings – jeans + leggings, groutfit – grey + outfit** бути вдягненим тільки в одяг сірого кольору, **bronde – brown + blonde** про колір волосся, **swinter – summer/spring + winter** про одяг, що можна носити усі три сезони, **troulottes – trousers + culottes** брюки та юбка-брюки). Проте не всі новотвори залишаються та потім входять до словникового складу мови: одна з головних причин у короткому віці реалій, на позначення яких їх використовували [66].

Засоби масової інформації можуть дати нове життя словам, які вже давно вийшли з ужитку. Так у 2017 році до Oxford English Dictionary увійшло нове значення слово **hat tip** (у 19 сторіччі термін на позначення клаптика тканин овальної чи круглої форми, що використовувався у виробництві шляп; спосіб привітання, коли людину вітали, злегка піднявши шляпу):

сьогодні його використовують у соціальній мережі Twitter та інших соціальних медіа для вираження захоплення та підтримки, типовим є також використання аббревіації **HT** або **h/t** [64].

Одним з джерел поповнення лексичного складу є запозичення, які збагачують арсенал номінативних і експресивних засобів завдяки розвитку і змінам, які відбуваються абсолютно в усіх сферах життя. Слід зауважити, що протягом останніх десятиліть саме англійська мова (переважно американський варіант) є таким потужним джерелом для інших мов, що зумовлено домінуючим положення США та Великобританії в науково-технічній, економічній, політичних та культурно-масовій сферах життя нашого глобального світу. Проте певний відсоток іноземних слів з'являється й у англійської мови, деякі з них асимілюються та згодом потрапляють до словників.

Дослідники (Ю. А. Зацний, А. Метклаф, В. А. Нарді, А. А. ДіСесса, І. Левінсон та інші) відзначають зміну тенденцій у цьому напрямку. Якщо до початку другої половини минулого століття французька мова була головним постачальником запозиченої лексики в англійській мові, то зараз вона становить лише 15,3% від загальної кількості запозичень. Серед недавніх надходжень із французької мови можна відзначити слово «**genocidaire**», що позначає прихильника політики геноциду [46].

Нещодавно з'явилися нові запозичення з італійської мови. Вони співвідносяться, в основному, з їжею і кулінарією. Зокрема, раніше популярний у західних країнах рух «за повільну їжу» (**slow food**) зародився в Італії і прийшов у західні країни разом із запозиченнями з італійської мови, що позначають їжу, гастрономічні страви, вина: «There are several traditional snacks that are perfectly acceptable, including **lampredotto** (a type of tripe), **panica'mensa** (a spleen sandwich); and **morzeddu** (bread stuffed with stewed tripe)», «Wine lovers in the US are increasingly describing their favourite vintage as **molto buono**, instead of *tres bon*» [67].

Запозичення з іспанської мови, також пов'язані із продуктами харчування, з латиноамериканською кухнею, наприклад назви салатів (**ceviche** «a seafood salad, prepared by cutting fresh pieces of fish and «cooking» them in marinade of lime and spices...»).

Як зазначає Г. Таловиря, зростає відсоток запозичень з німецької мови, що зумовлено підвищенням ролі Німеччині у Євросоюзі [46]. Після появи слова **Mittelstand** в англійській мові джерелах наприкінці 1995 року, його стали використовувати для позначення малого і середнього бізнесу в будь-якій країні, хоча у німецькій мові мається на увазі лише середній бізнес, утворилось навіть похідне **Mittelstander** для позначення підприємців, що займаються дрібним і середнім бізнесом: «Germany's Mittelstand groups shrug off China woes», «According to an old joke among Mittelstanders, Bill Gates could not have made his fortune in Germany»[67].

Після возз'єднання Німеччини в англійській мові, як і в інших, почали функціонувати розмовні одиниці **Ossi** – «житель східних земель», **Wessi** – «житель західних земель». Ці запозичення часто вживають й у новому столітті: «Why Germany's Ossis and Wessis are still divided 25 years on»[98]. На базі слова «Ost» (схід) у німецькій мові виникло телескопічне утворення «Ostalgie» для позначення моди на предмети, властиві колишній Німецькій Демократичній Республіці. Це утворення незабаром було запозичене англійською мовою, і вже в ній були створені такі одиниці, як «Ostalgiecraze»[67], «Ostalgiebusiness», а за аналогією – слово «Westalgie».

В останні роки почали вживати і таке «англо-німецьке» утворення, як «**new Lander**» для позначення території колишньої Німецької Демократичної Республіки. Зазначимо, що чимало німецьких понять передається в англійській мові за допомогою кальок. Зокрема, калька **guestworker** (від німецького слова **Gastarbeiter**, яке також уживають в англійській мові як запозичення) перетворилася на евфемізм для позначення нелегальних іммігрантів у США.

За рахунок азійських країн словниковий склад мови поповнився назвами популярних бойових мистецтв, страв, культурних реалій: **gigong, tai chi, bujincan budo taijutsu, sushi, sudoku** та інші.

Одна з головних функцій засобів масової інформації є апелятивна функція, яка пов'язана з залученням уваги адресата і бажанням викликати у нього будь-яку реакцію на подану інформацію. Задля досягнення своєї мети автори використовують різноманітні стилістичні прийоми (метафору, метонімію, гіперболу, мовну гру, алюзію, еліптичні синтаксичні конструкції, трансформацію, повтори, перифраз тощо), пунктуацію (багаторазове використання знаку оклику, питання), графічні можливості (великі літери, багаторазове написання однієї літери, курсив, особливий шрифт, виділення, смайлики, зірочки на позначення грубих слів). Проте коли цих прийомів недостатньо, вони утворюють нові слова, які дозволяють їм як можна точніше висловити своє ставлення до ситуації, персоналій чи явищ та донести до адресата свою думку. Саме тому у мові ЗМІ ми зустрічаємо величезне розмаїття новотворів, які привертають увагу своїм графічним зображенням, структурними особливостями, поєднанням різно-структурних елементів: **Gen-Z, this-morning-I-had-breakfast, Credit Crunchmas, MOBcestious, gr8, awesome-itude, LiveSTRONG**.

Більшість цих новотворів належать до авторських неологізмів або okazionalizmів. Ж. Колоїз дає таке визначення: **оказіоналізм** (від лат. occasionalis – випадковий) – це новостворена одиниця (лексема, фразема, семема і т. ін.), відсутня в системі мови, невідома її носіям, здебільшого не відтворювана, а утворювана у процесі мовлення, спродукована для конкретної ситуації спілкування[35].

В більшості випадків авторські новотвори, виконавши свою апелятивну й аксіологічну функції, залишаються надбанням лише одного тексту. Проте, якщо лексична одиниця була створена задля номінації якогось явища, реалії, то вона проходить апробацію та адаптацію і має шанси узуалізуватися, набути всіх ознак слова та стати одиницею мови.

Розглянемо, наприклад, слово **nothingburger**, яке у жовтні 2018 увійшло до складу Oxford English Dictionary, воно також зафіксовано у Merriam Webster Dictionary. **Nothingburger** – «людина або річ, яка немає ніякої цінності, значення чи наповнення, на противагу очікуванням». Авторство цього слова належить Лоуеллі Парсонс, колумністу розділу пліток видання Hollywood, яка починаючи з 1953 року використовувала його у відношенні до другорядних зірок, які на її думку, не заслуговували на публічну увагу: вони наче гамбургер без начинки – з'їж та все одно залишишся голодним. З 1962 року разом із словом **mouseburger** його почала використовувати колумністка Cosmopolitan magazine Хелен Герлі Браун. Винахід сподобався журналістам і з того часу зафіксовано наступні одиниці, утворені за аналогією: **newsburger, psychoburger, mushburger, nutburgers**, та навіть такі: **October-nothing sandwich, stream-of cream-of-nothing-soup Anita**[55]. Новотвір пройшов довгий шлях, у 63 роки, від авторського новотвору до статусу слова, зафіксованого у словниках з позначкою *informal*.

Останнім часом триває демократизація мови друкованих ЗМІ. Нещодавні зміни у поглядах на подружнє життя та інститут родини, революційні зміни у відносинах між представниками різної статі, демократизація суспільного життя та побуту значною мірою впливають на стилістичні особливості і культуру мовлення у засобах масової інформації: на лексичному рівні це відбилося у використанні значного відсотка зниженої лексики, ненормативних слів, грубощів, що раніше було неможливо у сфері публічних відносин. Подібні явища викликають велике занепокоєння, адже газети, журнали, радіо та телебачення впливають на формування мовної культури споживачів і прищеплюють їм естетичні смаки. Особливо це помітно на прикладі блогів, коментарів до статей навіть у таких поважних виданнях як Independent, New York Times, Time, на сторінках соціальних мереж: користувачі вживають багато скорочень, аббревіацію, активно використовують різні графічні засоби, дозволяють собі нехтувати орфографічними та пунктуаційними правилами, недотримуються

нормативних засад оформлення письмових робіт, що потім вони переносять на свої подальшу мовленнєву діяльність [17].

Отже, засоби масової інформації віддзеркалюють усі сучасні динамічні процеси, що відбуваються у мові, й у свою чергу відіграють дуже важливу роль у розвитку самої мови. Вони перші реагують на новації, які сприяють прогресу суспільства і допомагають вводити у загальний вжиток нові поняття, назви тощо. Об'єм знань подвоюється кожні десять років, тож складно уявити собі, наскільки швидко просувався би прогрес, якби не посередництво ЗМІ. Завдяки газетам, журналам та електронним медіа поповнюється словниковий склад мов, нові слова проходять апробацію, пристосовуються до мовного середовища, шліфуються форми слова та особливості вживання. Впровадження Інтернету сприяло глобалізації та демократизації медійного простору, що у свою чергу надало творчого потенціалу авторам: вони експериментують зі словом, словоформами і графічними знаками, винаходять нові способи деривації, популяризують їх, мають безпосередній зворотній зв'язок зі своєю аудиторією й можуть швидко реагувати на виклики суспільства. Проте цей процес має і зворотну сторону, оскільки демократизація мови призводить до напливу сумнівної та відверто грубої лексики, кримінального жаргону, сленгу, наслідком чого стає засмічення мови, зниження культури мовлення в цілому.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Мова перебуває у постійному русі, вона є відкритою системою, що постійно змінюється. Швидкість процесів, що відбуваються у мові, значно прискорила останнім часом, що є наслідком інформаційно-технічної революції та перетворень у суспільстві, пов'язаних з нею. Одними з перших зміни стають помітними на лексичному рівні. Щорічно відбувається оновлення корпусу словників нових слів. Значних змін зазнає й лексичний склад англійської мови, яка стала мовою науки, новітніх технологій та інновацій, набула статусу глобальної.

Зміни у лексичному складі будь-якої мови відбуваються за рахунок внутрішніх та зовнішніх чинників.

Екстралінгвістичними чинниками, що впливають на оновлення лексичного складу є прискорений розвиток науки і техніки; глобалізація, тобто інтеграція більшості країн світу, а отже, тісніші й різноманітніші контакти між ними; зростання ролі і впливу ЗМІ на всі сфери життя суспільства та окремої людини; тенденція до демократизації у всіх сферах життя суспільства; загальне прискорення темпу життя. Результатом цих процесів є потреба в номінації нових реалій матеріального й духовного світу.

До зовнішніх мовних чинників належить збагачення англійської мови за рахунок запозичень. На сучасному етапі відбувається розширення джерел надходження запозичень, змінюються актуальність деяких мов у постачанні нових слів. Останні дослідження з цього питання свідчать про зниження ролі французької мови, та зростання значення німецької мови. Значно збільшується кількість запозичень з іспанської, латиноамериканських та азійських мов. Зафіксовані запозичення належать до лексики, що репрезентує культурні реалії, відсутні в англійському суспільстві, суспільно-політичні явища, що стали міжнародно-значущими.

Проте головним джерелом поповнення складу сучасної англійської мови залишаються неологізми, а словотворення є найпродуктивнішим способом їх утворення. Термін «неологізм» корелюється з поняттям «оказіоналізм», їх розмежування головним чином знаходиться у площині протиставленні мови та мовлення.

Протягом останніх десятиліть простежуються зміни у пріоритетних засобах словотворення. Стрімко набирає популярності використання скорочення, зокрема, телескопії, абрєвіації та створення акронімів; зрощення словосполучень, фрагментів речення в одне слово стає дедалі загальноновживаним. Однак, такі традиційно продуктивні способи як афіксація та композиція не втрачають актуальності. Крім того, дослідники фіксують появу нових продуктивних словотворчих елементів.

До актуальних семантичних способів словотвору в англійській мові відносять генералізацію, спеціалізацію, метафору, метонімію, деградацію та елевація.

ЗМІ одними з перших реагують на суспільні і мовні зміни, крім того, вони здійснюють значний вплив на розвиток мови, тому природно, що мова мас-медіа – це багатюще джерело для дослідження змін у словниковому складі та найновіших тенденцій у розвитку сучасної англійської мови.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СЛОВОТВОРУ НЕОЛОГІЗМІВ У МОВІ ЗМІ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

2.1. Продуктивні способи творення неологізмів у мові ЗМІ

Мова – явище соціальне, її розвиток здійснюється завдяки свідомій, вибірковій діяльності суспільства. Саме засоби масової інформації в кожному суспільстві є одними з активно діючих і оперативних органів, за допомогою яких здійснюється відбір, обробка, нормалізація, втілення та закріплення мовних форм, нових слів, термінів, різних словотворчих формантів і лексичних запозичень.

Як вже зазначалося, у зв'язку з розвитком публіцистичного стилю зростають стилістичні та лексичні можливості мови, поповнюється термінологічний запас. У мові ЗМІ швидше, ніж у будь-якій іншій сфері, відбуваються зміни, які відбуваються в суспільстві і мовленнєвій діяльності, отже завдяки друкованим виданням, телекомунікації, телебаченню та радіо прискорюється динаміка розвитку мови. Лексикон мови ЗМІ відзначається рухомим, динамічним характером, оскільки його одиниці постійно беруть участь у діяльності. Сама будова лексикону повинна забезпечити функціональний бік своїх одиниць, легкість використання в актах породження та сприйняття мовлення [19, с. 104].

Зміни знаку приводять до змін самого поняття, зміни значень приводять до появи новотворів. Варіативність існуючих найменувань чи заміна їх новими пояснюється:

- 1) тенденцією до зміни мотивованості;
- 2) потягом до уточнення поняття;
- 3) потребою в раціоналізації (економії);
- 4) необхідністю використання виразних, експресивних конкуруючих форм у публіцистичних текстах.

Аналізуючи шляхи поповнення всього складу англійської мови у першому десятиріччі XXI століття, Ю. Зацний та А. Янков визначили, що 65% лексичних неологізмів було утворено за рахунок афіксації і словоскладання[20]. Проте дослідження мови засобів масової інформації, художньої літератури, розмовної лексики свідчать про те, що активність тих чи інших способів словотвору є різною у різних стилях. Особливий прошарок формує мова соціальних мереж та блогів.

Отже, проаналізуємо новотвори, які зустрічаються у мові сучасних друкованих і електронних англомовних ЗМІ, зафіксовані у словниках інновацій[20]; [56] та подані як нові слова у словниках видавництв Oxford, Cambridge, Macmillan, Longman.

Афіксальні одиниці складають 24 % всіх новоутворень і незначною мірою поступаються складним словам. Однак ніколи ще в історії англійської мови кількість афіксів не була настільки багатогою та різноманітною, як у сучасності.

Всього за останні 20 років в утворенні нових слів було використано 103 суфікси: **-ability, -able, -ac, -acy, -ance, -ant, -ative, -ed, -ee, -er/or, -ery, -ing, -ion, ional, -ish, -ism, -ist** та багато інших. В утворенні нових одиниць активну участь беруть напівсуфікси: **-athon, -gate, -friendly, -aholic, -pedia\paedia** та інше.

Префіксальні новоутворення не такі чисельні, хоча кількість префіксів та напівпрефіксів перевищує кількість суфіксів та напівсуфіксів. Серед префіксів переважають одиниці латинського походження: **a(n)-, aero-, agri-, anti-, audio-, Euro-, extra-, flexi-, poli-, post-** та інше.

Серед найбільш продуктивних префіксів слід відмітити: **anti-, co-, de-, non-, post-, pre-, re-, sub-, in-**. Найбільшою мірою новизни володіють одиниці, створенні за допомогою нових афіксів та напівафіксів, таких як: **-on, -ase, -sol, -nik, -manship, -eco, -mini, -maxi, -mega, -eine, -oholic, -dial, a, -flexi,** і т.д.

Неологізми у мові ЗМІ, що утворилися у суфіксальний спосіб, можна поділили на три групи: 1) неологізми, утворені суфіксальним способом; 2) неологізми, що утворенні префіксальним способом; 3) неологізми, які утворилися суфіксально-префіксальним способом (парасинтез).

Суфіксальні одиниці, які було зафіксовано, розподіляються на 4 наступні категорії:

- 1) іменникові
- 2) дієслівні
- 3) прикметникові .

Перша група включає суфікси за допомогою яких утворюються іменники: **-ing, -er, -ese, -hood, -dom, -ness, -ism**; словотвірні елементи: **-philia, -phobia, -(o)logy, -sphere, -aholoc, -pedia**.

Найпоширенішим субстантивним суфіксом прийнято вважати суфікс **-er**. Суфікс **-er** служить для утворення іменників від дієслів (інфінітив без **to + -er, -or**). Іменник з таким закінченням позначає або пристрій, що виконує дію, виражений дієсловом, від якого воно утворене, або особу, яка виконує цю дію[14]. За допомогою цього суфікса створюється багато нових слів, які не розуміються носіями, як щось іноваційне, до того ж, він використовується для формування нових похідних від власне неологізмів.

Розглянемо приклади інновацій, зафіксованих у словнику [27]: **dead-ender**, n фанатик, який не бажає визнати свою поразку і воює до кінця Washington did not recognize the rebels'strength and appeal. «A few **dead-enders**», Ronald Rumsfeld repeatedly called them; **do-it-herselfer**, n жінка, яка займається такою «чоловічою» домашньою роботою, як ремонт дома, його оснащення і навіть будівництво Williams is one of a growing number of dedicated **do-it-herselfers**. Women now tackle repair and remodeling projects in half of American households, according to information from RotoZip, a Wisconsin-based manufacturer; **flash-mobber**, n той, хто швидко відгукується на заклик зібратися в певний час у певному місці для якихось дій, пов'язаних з протестами, вираженням солідарносп тощо; **friend-raiser**, n особливий

захід, проведений серед друзів і знайомих з метою збору грошей, особливо на політичну кампанію: «The barbecue was what Mr Bush calls a **friend-raiser** ", meaning no contribution was required for entry»; **twitterer** *n* – людина, яка відправляє твіти в мікроблоговій соціальній мережі Twitter. Наприклад: . She's so connected, she's on every social network. She just became a Twitterer recently, but is really going to town![86]; **liker** *n* – користувач соціальної мережі Facebook, який надто часто тисне кнопку «Like» (умовний вираз схвалення матеріалу, фото користувача, що виражається натисненням однієї кнопки) під публікаціями усіх інших користувачів. Наприклад: Lazy people that sit with the mobile all day long just to hit 1st on someones status. I call them «**likers**» [68].

У слові **superager** префікс **super-** супер, в значенні чогось неймовірного, разом з лексемою *age* – вік, утворює нову лексему «супервік». Додавання суфікса **-er** створює неологізм **superager** – «вікова група за 80, без відхилень у розумовому розвитку».

Іменник **anarcho-punker** (анархіст-бунтар), ужито в одній зі статей The Guardian[89]. По своїй суті основа **punk** уже є іменником, тому ми можемо припустити, що описаний суб'єкт не є "панком по своїй суті", але почасти підданий настроям, властивій даній соціальній групі. Більше того, це слово ми можемо віднести до категорії складних слів, завдяки вкороченій основі **anarcho-**, що означає причетність до такого напрямку, як анархізм. Якщо звернутися до визначення слова "панк", то ми довідаємося, що цій субкультурі властиві анархістські, бунтарські настрої. Тому в слові **anarcho-punker** спостерігається деяка тавтологія, що автор використовує для посилення властивостей й якостей даного суб'єкта [5].

При творенні неологізмів виявлено випадки використання таких питомих англійських суфіксів: англосаксонський суфікс **-ship** вживається для створення абстрактних іменників зі значенням стану, положення: **leadership**, **friendship**, **lordship**. Суфікс **-ship** у поєднанні з морфемою **-man** створює абстрактні іменники зі значенням якості, ознаки: **brinkmanship**, **craftsmanship**, **showmanship**, **statesmanship**. Також слід вказати на

англосаксонський суфікс –dom зі значенням стану, що почав вживатися для створення нових слів: **bogdom, officialdom**.

З-поміж питомих суфіксів виявлено суфікси **-philia** та **-phobia**, які раніше були окремими лексемами. Грецьке слово **philia**, що означає «affection, fondness», перейшло в розряд англійського суфікса. Неологізм, створений шляхом зрощення даного суфікса з кореневою основою знаходить позитивне забарвлення, відображаючи сприятливе ставлення до означеного поняття: **Obamaphilia, Palinphilia**.

Те ж саме можна сказати про грецьке слово **phobia**, що означає «fear, horror, aversion»: такі неологізми утворюються шляхом зрощення власного імені із суфіксом **-phobia**: **Barackophobia, Obamaphobia, Palinphobia, Clintonphobia**.

Творення неологізмів відбувається також за допомогою суфіксів, які увійшли в англійську мову з грецької через латину: **-ism, -fy, -ize, -ian**. Наприклад: **Bush + -ism → Bushism; Eurocentric + -ism → Eurocentrism; collaboration + -ism → collaborationism; the US + -ian → USian; endism**, п віра в те, що затяжний період широкомаштабних негараздів нарешті завершується : «The United States, possessed of so much moral clarity about its ordained place in the world, is particularly prone to «**endism**» [27, с.154].

Серед широко вживаних суфіксів, що використовуються для створення дієслів, є суфікс дієслова **-ise (-ize)**, що особливо частотний у мові газет: **itemize** – розглядати по пунктах; **institutionalize** – узаконити; **westernize** – європеїзувати; **leonize** – виходити у відкритий космос (утворено від прізвища космонавта А. А. Леонова) [5]. Наприклад: Their march from Hyde Park to Trafalgar Square gave a sample of the massive strength, which the movement can mobilize to crush an evil (race discrimination) which had become almost **institutionalized** in Britain[53]; 18 000 pairs of eyes were recently westernized in Japan. Мова йде про косметичну операцію в японок с метою збільшення розміру око на зразок європейських.

Суфікс **-ese** вказує на мову або ж на національну приналежність когонебудь[14]. Наприклад: **twitterese** n – мова чи стиль мовлення, що використовується в написанні повідомлень. Іменники, що утворюються за допомогою суфікса **-ese** вважаються незлічуваними.

Як і багато інших мовних утворень, афікси мають певні елементарні значення, які найчастіше є абстрагованого характеру, причому різні афікси мають різного ступеню абстрагування

Конкретні іменники у додаванні цих суфіксів можуть стати абстрактними, до прикладу такі інновації: споконвічно англійський суфікс **-hood** означає стан людини, пов'язаний з її віком, соціальними відносинами, іноді діяльністю; або ж групу людей, об'єднаних цим станом: **twitterhood** n – інтернет-спільнота, де можна знайти різних експертів, друзів і нових людей для підписки за інтересами. Наприклад: After examining the chain of events on the official #Twitterhood of the Butt Lifting Pajants Facebook page, it appears that Julia DeVillers fired up the festivities in Georgia [68].

Суфікс **-dom** означає стан і властивості або приналежність, як сленговий неологізм: **twitterdom** n – конкретний домен або сфера спілкування в Twitter. Англійський суфікс **-ness** утворює іменники із значенням «стан», «якість»: **twitterness** n – внесок особи в інтернет-спільноту користувачів соціальної мережі Twitter – твітосферу.

Утворення іменників від дієслів в наш час є менш продуктивним. Як відомо, це пов'язано з тим, що в англійській мові іменники легко утворюються від дієслів шляхом афіксації. Велика кількість нових іменників утворюється шляхом конверсії від прикметників. Тут особливо продуктивними є іменники, утворені від прикметників, які закінчуються на **-ic**, наприклад: **acrylic, astigmatic, geriatric, prepsychotic**. Всі ці одиниці утворені за принципом, схожим з такими відомими, як **alcoholic, lunatic, critic**.

Популярним в неформальному спілкуванні, і завдяки демократизації мас-медіа, у текстах ЗМІ є префікс **mega-**, який виступає як підсилююча

частинка. Наприклад, для вираження вищої оцінки якоїсь події людини використовується слово **megadual** – це «щось дуже хороше». **Dual** в даному випадку використовується в значенні «вдвічі кращий». Нерідко цей префікс застосовується в мистецтві та шоу-бізнесі. Наприклад: **megabook** is a book expected to be a megahit, perhaps making somebody megarich. В комерції, а **megafirm** – «велика фірма, бізнес». У свою чергу лише така велика фірма чи уряд може виконати **megaprojects** – «проект великих обсягів, дуже дорогий та складний»; **megalomania** – манія до проведення грандіозних перфнансів.

Інколи спостерігається протилежний процес – напівафікс служить базою для утворення іменників чи прикметників. Наприклад, іменник **maxi** – це щось дуже велике, утворився від напівафікса **maxi-** шляхом конверсії, який ми будемо розглядати пізніше.

Серед неологізмів утворених афіксальним способом яскравим прикладом є **super-handy**: «Honourable mention to Tokyo Art Beat ... which does a great job cataloguing events and reviews. Their **super-handy** «most popular» and «closing soon» pages do exactly what they say on the tin» [56]. 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 спостерігаємо в іменнику **supermegastar**. Префікси **super-** і **mega-** є підсилювальними частками, тому слов виражає крайній ступінь якості, високий ступінь ознаки об'єкта: «Supermegastar Utada, 25, is not alone in releasing an album that is chock-full»[56].

Як і всі інші елементи мови, афікси піддаються змінам і розширенню значення. Змінам піддалися словотворчі елементи **anti-**, **super-**, **counter-**. До значення **anti-** «протидія» додалось нове – те, що складається з антиречовини: **anti-man**, **anti-world**, **anti-nucleus**. Зміні піддається також суфікс **-ism**. У суфікса з'являється новий відтінок значення – «прихильність до чогось»; **hippyism** – «прихильність до культу хіпі»; **afroism** – «прихильність до культури Африки».

Таким чином, на прикладі мови ЗМІ знаходимо підтвердження того, що сучасний стан афіксальної системи характеризується появою нових афіксів та напівафіксів, нових значень афіксів і варіантів (відтінків) значень, нових моделей та обмежень на їх вживання.

Конверсія як спосіб творення нових слів шляхом деривації значно знизив свою активність і поступається іншим способам словотворення. Тут основною моделлю продовжує залишатися N – V, за якою утворюється велика кількість нових термінів: **to back-stroke**, **to lesson** і т.д. Порівняно із загально використовуваними словами: **to leaflet** – «випускати листівки», *to butterfly* – «прогулюватися безцільно по місту». Значна кількість дієслів утворюється від складних іменників: **to soft-dock** від soft-dock – «стиківка орбітальної станції», **to carpool** від carpool – «керування автомобілем по черзі».

Так само, як для афіксальних і складених неологізмів, для нових конвертованих утворень характерною є тенденція до багатокомпонентних структур. Так, іменники можуть утворюватися від дієслівних виразів, наприклад: *work-to rule* виступ робітників з вимогами дотримуватись всіх пунктів трудової домовленості. Унікальним є, також, конвертоване дієслово **to R.S.V.P.** – «відповідати на запрошення», утворене від скорочення R.S.V.P. (початкові букви французького виразу *Repondez, sil vous plait* – «відповідайте, будь ласка»), яке застосовують в кінці листа-запрошення. Посилюється тенденція до утворення конвертованих одиниць від усічення: **to psych** – у виразі **to psych out**- це дієслово «стимулювати, хвилювати». Як відомо, конвертовані одиниці являють собою особливий тип дериватів, тому що їх творення носить внутрішній (семантичний) характер. Загальна схема семантичних змін при утворенні дієслів від іменників (неживих істот) може бути представлена як: приглушення семи «предметність» та додавання семи «діяти за рахунок предмета», яка стала стрижнем нового значення. Наприклад: **to cassette** – «ставити касету в магнітофон».

Таким чином, при конверсії відбувається розширення змісту поняття (додаються нові семи). Основна маса конвертованих неологізмів обмежена у використанні за професійним параметром. Наприклад: **compulsory** – «обов'язкова програма», обмежена у використанні спортивною сферою; **to acupuncture** – «лікувати голками» – професією медиків; **to access** – «добувати дані із запам'ятовуючого пристрою комп'ютера», обмежене сферою мікроелектроніки; **to summit** – «приймати участь у зустрічі на вищому рівні», обмежене сферою політики.

Наступним способом є творення нових слів за допомогою основоскладання. За останнє десятиліття його роль у мові ЗМІ не зменшилася. Серед складних неологізмів в цілому переважають двокомпонентні одиниці. Основними моделями продовжують залишатися моделі N+N – N; A+N – N.

Окрім того, у періодичних виданнях The Independent, 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»); **day-after-tomorrow** («жахлива, апокаліптична подія») ін. Складне слово **motor-porn** було вжито в контексті про фестиваль швидкості: «11th Three days of **motor-porn** begins at the Goodwood Festival of Speed» [52]. Автор метафорично назвав перегони «порнографією моторів», щоб переконати читача в масовості майбутньої події й розмаїтості транспортних засобів, що беруть участь.

Цікавим прикладом є конвертований багатоконпонентний неологізм **son-of-an-immigrant** («син іммігранта»). Але щоб зрозуміти, що це конверсив, 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» [5]. Даний неологізм перейшов з розряду іменника в розряд прикметника і є зневажливим.

Розглянемо такий приклад: новотвор **this-morning-I-had-breakfast** був ужитий стосовно інтернет-щоденників як визначення: «...hundreds of puzzling **this-morning-I-had-breakfast blogs...**» [52], за своєю структурою, він є частиною речення, об'єднаного графічно в єдине слово. Цікаво, що таких новотворів, що пишуться через дефіс та функціонують як одне слово, стає дедалі більше. Наприклад: «To figure out what «Occupy Wall Street» might mean, they reconvened two days later at a **come-one-come-all**» (Wednesday, Dec. 14, 2011, Time); «The Colbert Report has been a special haven of sanity amid the **sky-is-falling** hysteria» (Thursday, March, 26, 2009, Time). Ми відносимо такі одиниці до okazionalizmів, індивідуально-авторських неологізмів, що створені для певного мовленнєвого акту і більше не будуть відтворені. Проте використання самого механізму є продуктивним. Одним з лінгвістичних термінів, що використовується на позначення цього феномена, є термін «лексикалізація синтаксичної конструкції»[7].

Однією з найбільш поширених багатокомпонентних моделей стала модель зі словом **like: straight-like responsibility** – «пряма відповідальність»; **dotted-like responsibility** – «відповідальність поділена на двох».

Серед нерегулярних способів утворення морфологічних неологізмів найбільш продуктивним в останні десятиліття у мові ЗМІ є скорочення, яке відбиває тенденцію до раціоналізації мови, до економії мовних зусиль. Процент скорочень у ЗМІ постійно зростає. З чотирьох видів скорочення (аббревіатури, акроніми, усічення, злиття) переважають усічення слів. Так само, як і на попередніх етапах розвитку мови, основним типом усічення є апокопи (усічення фінальної частини). При цьому усіченню піддається ціла морфема: **anchor** – **anchorman** – «оглядач новин, який координує теле- чи радіопроекти».

Або слово **detox** – **detoxification** – «частина лікарні чи клініки, де лікують алкоголіків і наркоманів». Інколи усіченню піддається частина морфеми: **lib** – **liberation**.

Прикладів усічення середини слова (синкопи) зафіксовано менше: **closed caption – closed circuit caption** – «титри телевізійних програм для глухих»; **ecotecture – ecological architecture** – «архітектурний дизайн, який відповідає потребам сьогоденних служб охорони навколишнього середовища»[54].

Особливістю усічення є зниження їх стилістичного забарвлення і, відповідно, їх використання обмежується рамками розмовного мовлення, що робить їх цікавими для вживаними у газетному тексті. Так, **upmanship** – «вміння перевершити інших, здобути перевагу» часто з'являється на сторінках англійських газет і використовується в рекламах, в рекомендаціях як досягнути успіху. Наприклад: **Upmanship is the art of being one up on all the others. Hospital upmanship: My Doc is bettern yours.**

Серед скорочень велике місце займають аббревіатури й акроніми. Частіше всього аббревіації піддаються технічні терміни, назви груп та організацій.

Звичайно аббревіатури використовують частіше, ніж самі терміни: **VCR – videocassette recorder, PC – personal computer, MTV – Music Television** (канал кабельного телебачення, який передає різноманітну музику).

Новою є відсутність крапок після кожної букви аббревіатур, що зближує їх з акронімами.

На відміну від аббревіатур, акроніми вимовляються як повні слова. Наприклад: **Salt (Strategic Arms Limitation Talks)** – «переговори з обмеження стратегічної зброї»; **OMOV (one member, one vote)** – «один член, один голос». Один із найбільш популярних акронімів є **Gasp**, який використовується в мові декількох груп, які виступають проти забруднення навколишнього середовища: **Group Against Smoke and Pollution**. Сфери використання акронімів, як правило, є чітко визначеними та обмеженими. Обмеження на використання акронімів, приписані денотативним значенням слів, які входять в них. Так, одиниці типу: **MiPS, Ram (random-access memory), ROM (read-only memory)** – обмежені у використанні в сфері

комп'ютерної техніки, **Pins (person in need of supervision)**, **SWAT (special weapons and tactics)** використовуються в юриспруденції, **Fob (friend of Bill)** – прихильник Білла Клінтона, **Tina (there is no alternative)** – у політиці.

Інколи акроніми утворюються через потяг до оригінальності, наприклад, організація яка бореться з палінням, створила акронім: **Ash** – «попіл» (**Action on Smoking and Health**) [56].

Одним із виявлень закону економії мовних засобів є утворення телескопічних номінацій, слів-злитків. Серед неологізмів останніх десятиліть намічається тенденція до збільшення одиниць цього типу. Серед них переважають часткові слова-злитки, тобто одиниці, в яких поєднується один усічений елемент і повна форма другого елемента. Найбільш продуктивний тип являє собою фінальне усічення першого компоненту: **Europlug (European plug)** – «електровилка, яка застосовується у всіх країнах Європи». Телескопічні номінації часто створюються для позначення нового гібриду: **yakow (yak, cow)**, **beefalo (beef, buffalo)**, **citringle (citron, orange)**.

Слова-злитки активно використовуються в засобах масової інформації і в рекламі завдяки свіжості та несподіваності форм, в такий спосіб вони привертають увагу і виявляють певний прагматичний ефект на читача. Наприклад: **Every single girl, every single day, has one hour of tennis, one hour in the pool, one hour of slimnastics (slimnastics – slim, gymnastics)**.

За оцінками Ю. Зацного за останні десятиріччя відсоток неологізмів-телескопізмів виріс близько до 20% порівняно із 9% у минулому сторіччі[38]. Телескопічний спосіб словотворення використовується тоді, коли вихідна одиниця проходить стадії соціалізації та лексикалізації, наприклад: **actorvist (actor+activist)**, **blog (web + log)**, **illegrant (illegal + immigrant)**, **splog (spam + blog)**, **spit (spam + Internet Telephony)**, **technoburb (technology + urban)**, **teledensity (telephone + density)**, **theocon (theological + conservative)**, **vidiot (video + idiot)**, **vlog (video + blog)**, **webucation (web + education)**.

Асиміляція у мові нових лексичних одиниць, створених зі зміною опорного елемента, проходить значно повільніше, ніж тих, де основа

залишилась незмінною. Факторами, які впливають на період асиміляції є новизна форми, ускладнена семантика. Більш того, семантика новоутворення ускладнюється ще й тим, що другий елемент сам також нещодавно був неологізмом, створеним за допомогою найбільш розповсюдженого методу скорочення у сфері інформаційних технологій – апокопи [47].

За структурними характеристиками неологізми-телескопізми є багатоконпонентними одиницями. Прикладами багатоконпонентних неологізмів, утворених способом телескопії є наступні одиниці: **bleen (blue + green)** – блакитно-зелений колір води, **biotecture (biological + architecture)** – органічне поєднання архітектурних проектів із біологічними елементами, **biostitute (biologist + prostitute)** – учений, якому платять за те, що він свідчитиме на користь компанії, яка завдає шкоди довкіллю, **blandiose (bland+grandiose)** – такий, що претендує на велич, винятковість, **samikini (caisode + bikini)** – комбінований жіночий купальник, **carfast (car + breakfast)** – сніданок під час керування автомобілем, **cutensils (cute + utensils)** – красиве кухонне приладдя, **chidult (child + adult)** – доросла дитина, **chugging (charity + mugging)** – збір грошей для благодійних цілей на вулиці, **civiltary (civil + military)** – військовий у відставці, **deskfast (desk + breakfast)** – споживати їжу за робочим столом, не відриваючись від роботи, **edress (electronic + address)** – електронна адреса, **illegrant (illegal + immigrant)** – нелегальний іммігрант, **jalk (jog + walk)** – прогулюватись у швидкому темпі, **mairs (moving + stairs)** – ескалатор, **many (man + nanny)** – нянька-чоловік, **mox (moving + box)** – ліфт, **romcom (romantic + comedy)** – романтична комедія, **splog (spam + blog)**.

Досліджуючи телескопізми С. Єнікеева, Ю.Зацний та інші дослідники наголошують, що телескопія є не тільки способом утворення нових лексичних одиниць, але також може слугувати джерелом виникнення нових словотворчих засобів. Деякі елементи, які входять до архітекtonіки телескопійних утворень, можуть розпочати функціонування в мові як словотворчі морфеми, поступово еволюціонуючи в афіксоїди, а з часом - і в

повноцінні афікси. Дослідники відзначають великий словотворчий потенціал, закладений у телескопії.

У зв'язку з високою частотністю використання елементів телескопійних утворень у групі структурно однотипних лексичних одиниць у них розвивається узагальнене значення афікса. Підтвердження цьому є неологізми, що використовуються у мові ЗМІ. Так, наприклад, використання елемента **-erati** для утворення низки телескопійних одиниць: **culturati**, **digerati**, **geekerati**, **jazzerati**, **slopperati**, **teclmorati**, створених за аналогією до телескопійного слова **glitterati** (**glitter** + **literati**), сприяло формуванню узагальненого, типізованого значення елемента **-erati** "люди, відомі в певній сфері. Наприклад: Last week's induction ceremony, at the Carnegie Science Center, was well attended by the **geekerati** (the Chronicle of Higher Education. November 21, 2003).

Саме телескопія створила умови для формування таких дериваційних засобів, як препозитивні елементи **docu-**, **petro-** та постпозитивні форманти **-erari**, **-nomics**, **-tainment**.

Передумови для появи суфікса **-nomics** були також створені телескопією. Суфікс **-nomics** «економічна теорія або політика» почав своє життя після утворення слова **Nixonomics** (**Nixon** + **economics**). Останнім часом цей суфікс став приєднуватися не лише до власних імен **-Gorbanomics**, **Clintonomics**, **Rubinomics**, але і до загальних іменників, що засвідчують неологізми **burgeronomics**, **bimbonomics**, **bionomics**, **cybernomics**, **culturnomics** та багато інших. Наприклад: «Let's coin a term: **culturnomics**». (Newsweek. Special Issue. Dec. 2001); «Call it **Putinomics** in Russia, **Órbamomics** in Hungary, **Erdoğānomics** in Turkey, or a decade of **Berlusconomics** from which Italy is still recovering. Soon we will no doubt be seeing **Kaczyńskiomics** in Poland» (The Guardian. Thu 29 Oct 2015).

Слід зауважити, що дериваційні засоби, які утворилися в результаті скорочення слів і подальшої їх афіксалізації, як правило, функціонують як префікси: **agri-**, **bio-**, **cyber-**, **e-**, **eco-** **Euro-**, **i-**, **iuf-**, **narco-**, **petro-**, **techno-**.

На шпальтах газет та журналів зафіксовано безліч нових слів з цими словотворчими формантами.

За допомогою словотворчого елемента **petro-** створені такі неологізми: **petro-dependency, petro-economy, petro-elite, petro-optimist, petro-pessimist, petro-state**. Наприклад: «That points to more practical ways to tackle **petro-dependency**: increasing efficiency and boosting alternative fuels» (the Economist. April 30, 2005). «**Petro-optimists** say the future for oil is bright» (the Economist. April 30, 2005).

Елемент **Euro-**, виник у результаті скорочення слова Europe, він має здатність сполучатися з будь-якими кореневими морфемами: **Euro-anxiety, Eurobarometer, Eurocurrency, Euro-dollar, Euro-economics, Euro-enthusiast, Euro-establishment, Euromarket. Euromoney, Euromonitor, Euro-nationalist, Euroscepticism, Eurosociology, Eurospeak, Eurostar, Eurotunnel**.

Цікаво, що останнім часом конкуренцію елементу **info-** складає префікс-аббревіатура який також є скороченим варіантом слова information: **i-bahn, i-biology, i-community, i-idea, i-jury, i-pot, i-science**.

Аналіз неологізмів, зафіксованих у мові ЗМІ, підтверджує загальні тенденції, що притаманні словотвірній системі сучасної англійської мови. Було визначено, що афіксація та словоскладання залишаються продуктивними способами творення нових слів. Однак значно зросла роль телескопії в поповненні словникового складу мови. У мові ЗМІ цей спосіб словотвору разом з іншими типами скорочень посідає друге місце. Разом з традиційними афіксами, використовуються нові елементи – афіксоїди, деякі з яких вже набули статусу афіксів. Поява нових афіксальних елементів значною мірою пов'язана з телескопією. Привертає увагу використання словоскладання, зокрема лексикалізації синтаксичних конструкцій. Використання конверсії має тенденцію до зниження.

2.2. Специфіка функціонування неологізмів в англomовних ЗМІ

Одним із носіїв фіксації розвитку мови є засоби масової інформації – саме вони найчутливіше реагують на будь-які зміни в житті суспільства, поширюють наукові знання, формують та висловлюють громадську думку й оперативно доносять інформацію про оновлення суспільно-політичної, економічної, культурної та наукової лексики і фразеології. Саме у ЗМІ відбувається апробація та адаптація багатьох неологізмів, крім того, доволі часто автори публікацій створюють нові слова, які згодом можуть потрапити до словника [36, с. 53]. Отже, мова мас-медіа є потужним джерелом дослідження найновіших тенденцій у розвитку мови та відіграє значну роль у поповненні словникового складу.

Поява новотворів у мові ЗМІ зумовлена тими функціями, які виконують засоби масової інформації у суспільстві, і залежно від цього нові лексичні одиниці мають відповідне функціональне навантаження.

По-перше, неологізми у мові ЗМІ виконують номінативно-інформативну функцію – вони слугують для позначення нових реалій, понять, явищ, тобто заповнюють лексичні прогалини які існують у словниковому складі мови. Особливо продуктивними є сфера сучасних комп'ютерних та інформаційних технологій, яка постачає нові терміни: **blog**, **podcast**, **e-learning**, **e-shopping**, **hyperloop**, **pageview**, **neweeter**, **gig economy**, **iFinger** та інші.

Слід зауважити, що авторами подібних новотворів зрідка виступають журналісти чи блогери, головним чином засоби масової інформації виконують функцію знайомства своїх читачів або слухачів з новими винаходами, нове слово проходить «обкатку», своєрідне тестування на можливість увійти до мови, стати узуальним. Як зазначає Ю.А. Зацний, саме засоби масової інформації є сферою «первісного контексту» й головним каналом розповсюдження неологізмів[25, с. 231].

Інтернет є невичерпним джерелом поповнення мови новоутвореннями. Стрімко розвиваючись, він збагачує мовну систему новими термінами.

Відзначають виникнення багатьох неологізмів у зв'язку зі створенням нових видів Інтернет-ресурсів, технологій і посад. З'являються нові способи комунікації, такі як: чати, форуми, соціальні мережі, мікроблогінгу.

Розглянемо приклади: «Judge Jane Magnus-Stinson was unsympathetic to their claims, finding that their conduct was objectionable enough to warrant censure by the university. She specifically calls them out for «**catfishing** their victims»[91]. Неологізм «**catfishing**» дає назву явищу, яке з'явилося в результаті розвитку Інтернет-технологій: «майстерна підробка профілю в соціальній мережі для того, щоб завести з ким-небудь романтичні відносини»

«The drinkers, admitted waking up to find friends, had uploading videos and pictures of their drunken behaviour. And 16 per cent recalled asking friends to take down the offending material – for fear their families or employers might see. The phenomenon – dubbed a «**digital hangover**» – has increased thanks to the popularity of Facebook, Twitter and the spread of camera phones»[56].

З появою нових технологій і гаджетів, що дозволяють викладати фотографії в мережу в будь-який час і в будь-якому місці, виникла необхідність в номінації такого явища як «**digital hangover**» – «почуття сорому і жалю з приводу незручних і прикрих фотографій, викладених в соціальну мережу».

Більш того, створюються абсолютно нові слова на основі вже використовуваних моделей. Наприклад, «webisode» – фрагмент із серії, яка поширюється через Інтернет, «trackback» - володарю сайту про те, що будь-який користувач приєднався, «**chatterboxing**» – використання соціальний мереж для обговорення телевізійних програм. Все більше і більше слів виникає завдяки Інтернет-ресурсам. Частина з яких поступово вливається в повсякденний лексикон, закріплюючись в ньому, а частина поступово відходить на другий план, звільняючи місце для нових слів.

В Інтернеті виник і світ специфічних нових медіа, що об'єднуються під назвою «блогосфера» **blogshere** (blogoshere) – численні веб-сайти у вигляді періодичних видань (журналів), присвячених певним «темам ». Спочатку такі

веб-сайти мали назву «веб-логи» (weblogs), однак незабаром слово weblog почало функціонувати винятково в скороченому варіанті – blog. Відзначимо, що неологізм **blog** дав життя цілій серії похідних. Серед них можна зазначити такі лексичні і фразеологічні одиниці, як **blogger, blogging, blogmaster, blogoc-rat, blogroll, blogosphere, blogging business**.

Друге місце займають суспільно-політичні та економічні реалії, що прив'язують ЗМІ до сучасності, допомагають усвідомити, що є актуальним сьогодні, які процеси відбуваються у суспільстві [38, с. 194]. Наприклад, процес виходу Великобританії з Євросоюзу було позначено появою слова **Brexit**, яке не тільки до сих пір не сходить зі шпальт газет і журналів, та звучить у ефірі у всьому світі, але стало зразком за яким утворюють нові слова: **Polexit, Italexit** тощо.

Поява Інтернет-торгівлі призвела до утворення цілих словотвірних гнізд, у яких слова були створено різноманітними способами. З «електронною торгівлею» співвідносяться десятки нових слів і словосполучень останніх років, наприклад, одиниці, що служать для позначення такої торгівлі (**cybercommerce, cybershopping, E-shopping, electronic shopping, electronic commerce, Internet shopping**), для введення поняття «електронні гроші» (**cybercash, cybermoney, cybercurrency; E-cash, E-money, virtual money**), для номінації «електронних» магазинів, торгових центрів (**cybermall, cyberplaza, cybershop, E-mail, electronic shop, E-partment, virtual store**). За аналогією до неологізму **e-commerce** виникають і новотвори для позначення інших видів сучасної, особливо «електронної торгівлі: **d-commerce, m-commerce, t-commerce, v-commerce**. Були створені не тільки такі слова, як **e-retail, e-relailer, e-retailing** для позначення роздрібною торгівлі через Інтернет, але і їхні більш «економні», усічені варіанти – **e-tail, e-tailing, e-tailer**. Виникає цілий ряд видових найменувань електронної торгівлі, а саме позначення типів і різновидів цієї торгівлі, особливо за допомогою аббревіатури типу **B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer), B2B2C (business-to-business-to-consumer), C2C**

(consumer-to-consumer), C2B2C (consumer-to-business-to-consumer), B2E (business-to-employee), P2P (producer-to-produce; person to person) [22, с. 9].

По-друге, неологізми виконують апелятивну функцію, яка пов'язана з залученням уваги адресата і бажанням викликати у нього будь-яку реакцію на подану інформацію. ЗМІ слугують визначальним каналом для формування та підтримки суспільної думки, саме тому ефективність діяльності ЗМІ безпосередньо залежить від сприйняття інформації цільовою аудиторією. Задля успішної реалізації завдань своєї діяльності засоби масової інформації повинні брати до уваги потреби, інтереси, мотиви, установки й відповідні характеристики адресата.

Задля досягнення цієї мети використовуються усі активні засоби: лексичні, морфологічні, синтаксичні, стилістичні. Використання неологізмів є одними з найдієвіших лексичних засобів. Саме тому у мові ЗМІ ми зустрічаємо величезне розмаїття новотворів, які привертають увагу своїм графічним зображенням, структурними особливостями, поєднанням різноструктурних елементів: **Gen-Z, this-morning-I-had-breakfast, Credit Crunchmas, MOBcestious, gr8, awesome-itude, LiveSTRONG.**

Наступна функція, притаманна неологізмам ЗМІ, це функція економії лексичних засобів. Сучасне динамічне суспільство прагне звести до мінімуму свої комунікативні зусилля, з цього випливає необхідність у вживанні нових більш ємних і коротких лексичних одиниць [38, с. 195]. За словами А. Мартинета, головним чинником, що відіграє значну роль у зміні мовної системи, є бажання людини мінімізувати свої розумові та фізичні зусилля під час спілкування. Завдяки цьому з'являються й вживаються у мовленні багато мовних одиниць, створених за рахунок скорочення.

Зафіксовано активне використання аббревіації (наприклад, акроніми **FAQ, STOL «Short Take-Off and Landing», LOL «Laugh out loud»**), телескопії – зрощення двох частин (фрагментів, осколків) існуючих слів, або одного повного слова і частини другого (**siblog 'sister or sibling +blog'**,

McJob, Hinglish 'Hindi and English', Fro-yo 'frozen yogurt', twittionary (словник термінів мережі Twitter'), використання скорочених форм слів (**RUOK 'are you OK?', 2day 'today', ppl 'people', detox 'detoxification'**).

Функцію економії мовних засобів виконують й індивідуально-авторські неологізми, створені складанням основ чи лексикалізацією синтаксичних конструкцій: Vegas in none of its various phases (ersatz Old West outpost in the 1930s and '40s, **gangsters-meet- Hollywood** high-life oasis in the '50s and '60s, uncool polyester dump in the '70s and early '80s) was really an accurate prism through which to regard the nation as a whole. (TIME, January 10, 1994); Gamblers from Duluth and Atlanta came to see only-in-Vegas entertainments (TIME , January 10, 1994); they reconvened two days later at a **come-one-come-all** meeting .

Притаманним мові ЗМІ є заміна небажаної, грубої лексики, тобто евфемізація за допомогою оказіонального словотворення. Евфемізми – це емоційно нейтральні слова або вирази, які вживають замість синонімічних їм слів і виразів, які видаються мовцеві непристойними, грубими або нетактовними. Дисфемізми – це заміна позначення будь-якого предмета або явища більш вульгарним, фамільярним, грубим словом [40, с. 36].

В англійській мові явища евфемії/дисфемії спрямовані на адекватне зображення навколишнього світу та усвідомлення місця людини в ньому, спричинені поглибленням стратифікаційної диференціації та характеристиками сучасного соціуму, що пов'язані з етнічними, статевими, віковими особливостями індивідуума, його ціннісними орієнтаціями.

За допомогою евфемії людина хоче змінити образ світу, завдяки їй створюють бажаний образ дійсності. Проте цей процес не відбувається довільно. Він базується на системі цінностей, стереотипів, прийнятих у суспільстві, і якщо з'являється невідповідність цим нормам, мовці відчують певний дискомфорт й намагаються перебороти його за допомогою евфемістичних назв.

У сучасному політичному дискурсі мови ЗМІ евфемія являє особливу комунікативну стратегію, яка є важливим знаряддям пом'якшеного представлення фактів, подій, явищ, називання яких мовці вважають ризикованими для досягнення успішної комунікації поряд з процесами дисфемізації, спроможними викликати почуття зневаги та суспільного протесту в боротьбі за важливі політичні дивіденди. Дослідники підкреслюють, що за допомогою евфемізмів змінюють оцінку низки явищ, подій, у деяких випадках – понять, спрямованих на коригування світоглядних, політичних, ідейних установок кожного окремого члена суспільства [40].

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.

Для створення необхідної негативної оцінки, наприклад, було створено, слово **Putinverstehher** походить від компонентів Putin та verstehher (від нім. verstehen – розуміти) та означає «той, хто розуміє Путіна»: «...She has faced down the so-called Putinverstehher – those who show such «understanding» for Putin's actions that they come close to excusing them» (The Guardian, 22 October 2014). За допомогою зовнішнього запозичення для англійської мови дисфемізується особистість російського Президента [47].

Наведені вище приклади демонструють також аксіологічну або експресивно-оцінну функцію неологізмів, яка дозволяє авторам як можна

точніше висловити своє ставлення до ситуації, персоналій чи явищ та донести до адресата свою думку.

Серед безлічі існуючих стилістичних засобів і прийомів особливо виділяються метафора, іронія і гра слів для вираження особливої експресивно-оцінної риси нових слів в англійській мові.

Якщо існуюче значення слова може бути пов'язане за своїми ознаками з новим явищем або об'єктом, слово протягом деякого часу отримує розширене або метафоричне значення. За допомогою метафори, яка є одиницею вторинної номінації, відбувається утворення нового мовного значення на базі вже існуючого. Вчені в даному випадку відзначають принцип мовної економії.

Метафора відображає зміни, що відбуваються в суспільстві. Так, науково-технічний прогрес і розвиток засобів масової комунікації вплинули на створення новоутворень, що відображають саме ці процеси. Стрімкий розвиток технологій призводить до швидкої зміни одного поняття іншим, в зв'язку з появою більш вдосконаленого предмета. Наприклад, коли щось нове слово «floppy disk» – гнучкий диск – тепер уже менше вживано, зараз більшою популярністю користуються «flash memory sticks» – флешки, використання яких незабаром теж зменшиться. Відзначаються також такі метафори, пов'язані з комп'ютерними технологіями, що увійшли в словниковий склад системи і втратили свою новизну: «tools» – утиліта, комп'ютерна програма, «icon» – значок, ярлик, «port» – канал.

Сучасне суспільство постійно користується смартфонами («smartphone») для щоденних справ. Це сприяло появі таких метафор: «to thumb» – посилати повідомлення, «iFinger» – палець для натискання на сенсорний екран, «face» – людина (від «facetime») [91].

До того ж, наголошується, що метафори-неологізми мають тонку зв'язок з епохою і явищем, завдяки якому вони виникли. Тому досліджуючи значення і етимологію неологізму, можна дізнатися або зробити акцент саме на той період часу, який необхідний. Деякі метафори самі несуть в собі

інформацію про часовому періоді їх створення, наприклад: «baby-boomer» – людина, яка народилася в період піку зростання народжуваності в США, або «Obama baby» – дитина, що народилася в період правління Барака Обами[50]. Проаналізуємо ще кілька прикладів метафорнеологізмів. Новоутворення «**chumbox**» означає рекламу на сторінці в мережі, замасковану під контент-посилання, в якій розміщена приємна, шокуюча або пихаті інформація для заманювання покупців.

«Got a line on a small ad network with tasteful advertising? Do you have experience with online advertising and advice for me? Let's talk. **Chumbox** providers need not apply » [56].

Іншим цікавим прикладом є неологізм «Cinderella». Його значення пов'язано з косметичною хірургією, а саме: операція проводиться для підгонки розміру ноги під якесь взуття або стиль взуття.

«Women of the world, you probably know this moment, too: You ask the polite shoe salesman to bring you that snakeskin lace-up stiletto or navy ballet flat in a 9 or 7 or whatever, and he brings a shoe that's two sizes too small, purring a coy, "It's the only size left, do you want to just trrrrry it?" It's a valiant effort, but inevitably you gawk, like, «What, am I supposed to just cut off my toes to fit into that?» [56].

Неологізм-метафора «**dark pattern**» співвідноситься з особливістю структури веб-сайту, призначеної для залучення користувача до будь-якої діяльності, якої в іншій ситуації він би не став займатися.

«The hue and cry that went up in the wake of the change has apparently clued Microsoft in to the idea that there are limits to what consumers are willing to accept - and that forcing people to use an operating system by deliberately using **dark patterns** to exploit their understanding of how to opt out of an upgrade might just be a bad idea in the long run» [56].

Ще одне нове слово «**cot potato**», створене для позначення немовляти або дитини, що тільки починає ходити, який проводить величезну кількість часу перед телевізором.

«USA Today has said television, video games and fear of the world outside the front door is creating a world where today's children are under" house arrest. "And White Dot, the International Campaign Against Television (<http://www.whitedot.org>) is trying to turn back something called "BabyFirst TV" which, White Dot says, is out to turn infants into «cot potatoes».[56].

З цього випливає, що деякі нові слова можуть мати метафоричну основу, яка є способом створення образу за допомогою найменшої кількості мовних засобів. В цьому випадку метафора поєднує в собі дві функції: виразне позначення думки і її зміст.

У сучасних ЗМІ іронія проявляється у багатьох функціях:

- приховування соціальної оцінки;
- залучення читача до спільної стилістичної і смислової гри.

Мовна гра – стилістичний прийом, при якому говорить «грає» з формою мови. Відзначають таку рису мовної гри як естетизм, яка заснована на ефекті несподіванки, відступ від норми. При мовній грі спостерігається експериментування зі словом, на основі його фонетичного або морфологічного складу. Так неологізми, утворені за допомогою способу словоскладання: «**treenager**» (three + teenager) – важкий трирічна дитина, тут «криза трьох років» асоціюється з підлітковим бунтом, тому неологізм має негативне забарвлення. Або новоутворення «**dryathlon**» (dry + marathon) - утримання від розпивання алкоголю на тривалий період часу [56].

В процесі гри слів використовують омонимию. Прикладом обігравання омонімів служить словосполучення «**NINJA loans**» – кредити для тих, хто не працює і не має доходу або активів, де «NINJA» – це і акронім від «No Income, No Job, no Assets» і омонім «ninja» [56].

Засобами мовної гри можуть бути зміни в фонемний комплексі слів, наприклад: «**relay rape**» – неправильне використання поштової служби для розсилки повідомлень, що містять спам, «**silver surfer**» – користувач мережі Інтернет, якому понад 50 років, або «епіфорическая і катафорические рими»: «**shake-and-bake**» – погано продумана технічна деталь, «**brain drain**» –

ситуація, при якій компанія прагне переманити досвідчених програмістів від суперників [50], словосполучення «squeeze and tease» описує ситуацію, при якій звужується картинка на екрані телевізора, з метою прорекламувати майбутні програми або події:

«I do not watch opens or end-credits (unless I want to see who did what and then only if the squeeze-and-tease has not squeezed too far) and I do not watch most commercials» [56].

Підводячи підсумки, слід зазначити, що функції англійських неологізмів корелюються з функціональними характеристиками мови засобів масової інформації. Головними функціями новотворів є номінативна, інформативна, апелятивна та аксіологічна. Неологізми є засобом для вираження, в основному, метафори і іронії. Новотвори використовуються також для обігравання форми і змісту слів. Але при цьому виникає складність в розумінні значень новоутворень, що вимагає наявності контексту і додаткового пояснення.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Аналіз неологізмів, зафіксованих у мові ЗМІ, підтверджує загальні тенденції, що притаманні словотвірній системі сучасної англійської мови. Було визначено, що афіксація та словоскладання залишаються продуктивними способами творення нових слів. Однак значно зросла роль телескопії в поповненні словникового складу мови. У мові ЗМІ цей спосіб словотвору разом з іншими типами скорочень посідає друге місце. Разом з традиційними афіксами, використовуються нові елементи – афіксоїди, деякі з яких вже набули статусу афіксів. Поява нових афіксальних елементів значною мірою пов'язана з телескопією. Привертає увагу використання словоскладання, зокрема лексикалізації синтаксичних конструкцій. Використання конверсії має тенденцію до зниження.

Розгляд неологізмів з функціональної точки зору виявив, що вони виконують номінативну, інформативну й апелятивну функції, їм також властива і оцінна функція, яка виражає суб'єктивну думку автора. Сучасні автори все частіше використовують неологізми в письмовій мові з метою надати тексту особливу виразність і підкреслити унікальність. Також, завдяки особливій властивості неологізмів ёмко передавати інформацію, реалізується потреба в мовній економії.

Аналіз досліджень функціонуванню неологізмів з сфери Інтернет дозволив визначити роль новоутворень в сучасній англійській мові. Простежується нерозривний зв'язок між суспільством з його змінами, що стрімко розвиваються, технологіями і з появою нових слів. Неологізми яскраво відображають дійсність світу, виконуючи прагматичну функцію. Їх часте використання в електронних матеріалах ЗМІ та Інтернету обумовлено бажанням привернути увагу адресата і передати необхідну інформацію.

Вивчення стилістичних функцій неологізмів дозволило нам виділити метафору, іронію і гру слів як основні стилістичні прийоми. Ці стилістичні особливості новоутворень сприяють збагаченню мовного середовища ЗМІ та Інтернету, надають мови яскравість і унікальність, а також акцентують увагу на важливих деталях.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Зміни у лексичному складі будь-якої мови відбуваються за рахунок внутрішніх та зовнішніх чинників. В результаті проведеного аналізу наукових досліджень на подану тему було з'ясовано, що, екстралінгвістичними чинниками, що впливають на оновлення лексичного складу англійської мови є прискорений розвиток науки і техніки; глобалізація; зростання ролі і впливу ЗМІ на всі сфери життя суспільства та окремої людини; тенденція до демократизації у всіх сферах життя суспільства; загальне прискорення темпу життя.

До зовнішніх мовних чинників належить збагачення англійської мови за рахунок запозичень. Було виявлено, що на сучасному етапі розвитку мови відбувається розширення джерел надходження запозичень. З початку ХХІ століття в англійській мові зафіксовано запозичення з французької, німецької, іспанської, латиноамериканських та азійських мов. Зафіксовані запозичення належать до лексики, що репрезентує культурні реалії, відсутні в англійському суспільстві, суспільно-політичні явища, що стали міжнародно-значущими.

Нами було з'ясовано, що головним джерелом поповнення складу сучасної англійської мови залишаються неологізми, а словотворення є найпродуктивнішим способом їх утворення. У процесі вивчення теоретичного матеріалу з поданої теми було уточнено термін «неологізм», схарактеризовано поняття «оказіоналізм», розглянуто, як він співвідноситься з поняттям «оказіоналізм». В ході дослідження було прийнято до уваги, що розмежування цих термінів головним чином знаходиться у площині протиставленні мови та мовлення.

Багато лінгвістів, які вивчали зіставленням і порівнянням цих понять, відзначають, що і неологізми, і оказіоналізми слід відносити до нових слів. Але при цьому, оказіоналізми належать до мовлення, створюються задля потреб номінації в окремому мовленнєвому акті і найчастіше вживаються у вузькому контексті. Зазвичай, оказіоналізми не узуалізуються і не стають

явищем мови, у словниках вони можуть з'явитися з позначкою «індивідуально-авторське». Статус неологізмів викликає у лінгвістів-неологів багато питань. Досить складно з'ясувати, коли нові слова були створені, і відстежити їх процес входження в систему мови. Цікаво, що як тільки завершиться процес прийняття слова до розряду узуальних, воно втрачає свій статус неологізму.

Для того, щоб визначити, чи став неологізм частиною словникового складу, слід розглянути його з наступних позицій: відповідність нормам мови, соціальна обумовленість, семантична ємність і частота вживання. Велику кількість неологізмів необхідно класифікувати. На даний момент існують різні типи класифікацій. Ми розглянули наступні з них: за способом освіти, за способом номінації, за темами, за функціями, які виконують нові слова в електронних газетах і журналах і Інтернеті.

Аналіз досліджень засвідчив, що протягом останніх десятиліть простежуються зміни у пріоритетних засобах словотворення в англійській мові. Було виявлено, що набирає популярності використання скорочення, зокрема, телескопії, аббревіації та створення акронімів; зрощення словосполучень, фрагментів речення в одне слово стає дедалі загальнозживаним. Однак, такі традиційно продуктивні способи як афіксація та композиція не втрачають актуальності. Крім того, дослідники фіксують появу нових продуктивних словотворчих елементів. Було з'ясовано, що до актуальних семантичних способів словотвору в англійській мові відносять генералізацію, спеціалізацію, метафору, метонімію, деградацію та елевація.

ЗМІ одними з перших реагують на суспільні і мовні зміни, крім того, вони здійснюють значний вплив на розвиток мови, тому природно, що мова мас-медіа – це багатюще джерело для дослідження змін у словниковому складі та найновіших тенденцій у розвитку сучасної англійської мови.

Матеріалом для дослідження стали новотвори друкованих і електронних англійських ЗМІ, неологізми зафіксовані у словнику інновацій

[37] та подані як нові слова у словниках видавництв Oxford, Cambridge, Macmillan, Webster.

У процесі вивчення матеріалу було виявлено, що найбільш продуктивним є афіксація та словоскладання. Телескопія в поповненні разом з іншими типами скорочень – усічення, абревіація, акроніми – посідає друге місце. Було описано традиційні афікси та виокремленні нові елементи – афіксоїди, деякі з яких вже набули статусу афіксів. Уточнено, що поява нових афіксальних елементів значною мірою пов'язана з телескопією. В ході аналізу ілюстративного матеріалу було зафіксовано лексикалізації синтаксичних конструкцій. З'ясовано, що використання конверсії має тенденцію до зниження.

Розгляд неологізмів з функціональної точки зору виявив, що новотвори виконують номінативну, інформативну й апелятивну функції, їм також властива і оцінна функція, яка виражає суб'єктивну думку автора. У середовищі засобів масової інформації нові слова використовуються з метою надати мові виразність і привернути увагу адресата, тобто неологізми виконують експресивну і характеризує функції. До того ж неологізми можуть проявлятися як засіб для обігравання форми і змісту слів, для вираження метафор та іронії.

Наше дослідження підтвердило, що неологізми є одним із засобів збагачення мовної системи, перш за все це відбувається за рахунок появи нових слів, так словниковий склад англійської мови щорічно поповнюється більш ніж на 1000 новоутворень. По-друге, у мові ЗМІ з'являються нові словотвірні форманти, вони проходять стадію апробації та адаптації. Підсумовуючи вищевикладене, підкреслимо, що неологізми є «індикаторами» часу, які швидко реагуючи на найменші зміни в житті суспільства. Вивчення і дослідження нових слів необхідно для розуміння сучасного світу.

Список використаних джерел

1. Андрусяк І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної карти світу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Ужгород, 2003. 268 с.
2. Антонова О. В. Лінгвокогнітивний механізм метафори. *Нова філологія : збірник наукових праць*. Запоріжжя : ЗНУ, 2005. Вип. 2 (22). С. 134–140.
3. Белозьоров М. В. Англійські лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки: структурний, семантичний і соціофункціональний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2002. 243 с.
4. Беляєва В. М. Особливості використання неологізмів в англійських і франкомовних рекламних текстах. *Нове слово в науці: перспективи розвитку*. 2015. № 2 (4). С. 258–259.
5. Білецька О. О. Неологізми в сучасних друкованих ЗМІ (на прикладі британських мас-медіа). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2015. № 2. С. 31–35.
6. Білка Ю. В. Неологізми англійської мови 2013 – 2014 роки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nauka-rastudent.ru/5/1453>
7. Бондар М. В. Активні лексико-семантичні процеси в мові художньої прози кін. ХХ – поч. ХХІ століть : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2004. 19 с.
8. Брітікова К. В. Узуальне та okazіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії назв особи : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2007. 263 с.
9. Вакарюк Л. О., Панцьо С. Є. Український словотвір у термінах : словник-довідник. Тернопіль : Джура, 2007. 259 с.
10. Гармаш О. Л. Системність словотвору англійської мови та інноваційні процеси : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2005. 187 с.

11. Глінка Н. В., Єськін О. В. Семантико-стилістичні особливості англомовних текстів публіцистичного стилю. *Advanced Education*. 2014. Вип. 1. С. 6–12.
12. Грицай І. С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1010>
13. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 180 с.
14. Дзюбіна О. І. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові (на матеріалі англомовних інтернет-видань та форумів у молодіжних соціальних мережах). *Вісник Житомирського державного університету*. 2014. Вип. 3 (75). Філологічні науки. С. 309–312.
15. Елікашвілі М. З. Структурно-семантичні особливості англомовних лексичних та фразеологічних неологізмів суспільно-політичної сфери та засоби їх адекватної передачі українською мовою [Електронний ресурс]. *Філологічні дослідження*. Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=586991> (дата звернення: 23.10.2016).
16. Єнікєєва С. М. Телескопія як основа утворення нових дериваційних засобів англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету. Серія: Філологічні науки*. 2008. № 1. С. 46–48.
17. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови : монографія. Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2006. 302 с.
18. Єнікєєва С. М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2009. 176 с.
19. Жанри і стилі в історії української літературної мови : збірник наукових праць. Київ : Наук. думка, 2009. 284 с.
20. Жлуктенко Ю. А. Конверсія в сучасній англійській мові як морфологічно-синтаксичний спосіб словотворення. Київ, 2012. 250 с.

21. Загальна характеристика публіцистичного стилю [Електронний ресурс]. Текстові дані. Режим доступу: <http://uareferat.com>
22. Зацний О. А., Янкок А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.
23. Зацний Ю. А. Про деякі тенденції в словотвірних процесах сучасної англійської мови. *Нова філологія*. 2014. № 64. С. 162–170.
24. Зацний Ю. А. Іншомовні запозичення як засіб поповнення інноваційного словникового фонду сучасної англійської мови : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2000. 379 с.
25. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80–90-ті роки XX ст. : дис. ... д-ра філол. наук. Запоріжжя, 2001. 403 с.
26. Зацний Ю. А. Сучасний англійськомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 228 с.
27. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 2001. 174 с.
28. Зінов'єва Т. А. Особливості дослідження іронії як лінгвістичної категорії. *European Science*. 2016. № 2 (12). С. 60–61.
29. Кислюк Л. Нові англійські запозичення і термінологія. *Українська термінологія і сучасність* : матеріали Всеукр. наук. конф. (Київ, 26–28 верес. 2001 р.) / НАН України, Інститут української мови, Комітет наукової термінології ; відп. ред. Л. Симоненко. Вип. IV. Київ : КНЕУ, 2001. С. 51–53.
30. Клименко Л. Продуктивні моделі творення неологізмів. *Вісник Прикарпатського університету. Філологія*. Івано-Франківськ, 2001. Вип. 7. 71 с.
31. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2000. 19 с.

32. Ковальська Н. В., Огієнко В. П. Суперечливий характер процесу запозичення та його вплив на стан мови-реципієнта [Електронний ресурс] / *Філологічні науки. Актуальні проблеми перекладу*. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_EISN_2013/Philologia/6_135239.doc.htm (дата звернення: 23.10.2016).
33. Кожанова Є. А. Екстралінгвістичні чинники процесу метафоризації (на матеріалі англійських метафор-неологізмів). *Вісник Московського університету. Серія 22 : Теорія перекладу*. 2010. № 1. С. 114–121.
34. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. *Вісник Запорізького університету. Філологічні науки*. Запоріжжя, 2002. № 3. С. 78–83.
35. Колоїз Ж. В. Українська неологія: здобутки та перспективи // *Наукові праці: Науково-методичний журнал*. Т. 105. Вип. 92 : Філологія. Мовознавство : [матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Еволюційні тенденції в мові – III»] (Миколаїв, 15 травня 2009 р.). Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2009. С. 56–61.
36. Кравчук Л. В. Мова мас-медіа як основне джерело збагачення новотворами загальнономовного словника. *Іван Огієнко і сучасна наука та освіта. Серія: Історична та філологічна*. 2013. Вип. 10. С. 53–58.
37. Кубрякова Є. С. Основи морфологічного аналізу. Київ, 2004. 319 с.
38. Лінь Є., Кончакова С. В. Прагматичні функції неологізмів в сучасних ЗМІ. *Вісник ТГУ*. 2015. № 11 (151). С. 193–197.
39. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром'яка та ін. Київ, 1996. С. 503–504.
40. Мосієвич Л. В. Маніпулятивний потенціал експресивно-оцінних одиниць у англійському політичному дискурсі. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. 2016. № 1–2 (44–45). С. 36–40.

41. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови : монографія. Харків : Основа, 2003. 175 с.
42. Несветайло Ю. М. Трактуння понять «неологізм» і «окказіоналізм» в сучасній науковій парадигмі. *Наука. Інновації. Технології*. 2008. № 2. С. 144–148.
43. Омельченко Л. Ф. Телескопійні слова сучасної англійської мови та їх структурно-семантична характеристика. *Збірник Львівського університету. Іноземна філологія*. 2003. Вип. 15. С. 15–54.
44. Сербенська О. А., Волощак М. Й. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. Київ : Просвіта, 2001. 206 с.
45. Снісар А. Ю. Специфіка неологізації американського варіанту сучасної англійської мови. *Світ лінгвістики і комунікації: електронний науковий журнал*. 2016. № 4 (46). С. 86–91.
46. Таловиря Г. Сучасні тенденції поповнення словникового запасу англійської мови: зовнішні запозичення. *Філологічні науки : зб. наук. пр.* Полтав. нац. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка. 2017. № 26. С. 73–77.
47. Ткачик О. В. Номінативні процеси в англійському політичному дискурсі (скорочення, усічення, злиття, реверсія, конверсія) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://term-in.org/goods/15-1-1-1/category/id81/>
48. Фельдман Н. І. Окказіональні слова і лексикографія. *Питання мовознавства*. 2007. № 4. С. 64–73.
49. Crystal D. The Scope of Internet Linguistics [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.davidcrystal.com/DC_articles/Internet2.pdf
50. Francis D. A Decade of Neologisms. Haunslow, Middlesex, England. 2004. P. 39–42.
51. Guardian [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.guardian.co.uk/>
52. Independent News [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.independent.co.uk/>

53. Jensen J. British voices on the eve of revolution / *Journal of Speech*. 2007. 63 p.
54. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ldoceonline.com/>
55. Macmillan Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.macmillandictionary.com/>
56. McFedries P. Word Spy: The Word Lover's Guide to New Words [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.wordspy.com/>
57. Neologisms Listing. Birmingham City University. Режим доступа: <http://rdues.bcu.ac.uk/neologisms.shtml>
58. New Words and Slang Open Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rdues.bcu.ac.uk/neologisms.shtml>
59. New Words and Slang Open Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nws.merriam-webster.com>
60. Polkovnichenko Y. G. Neologisms in Modern English. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2013. № 12 (271), ч. 1. С. 83–88.
61. Selected 2008 Neologisms [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rdues.bcu.ac.uk/newwds/2008.html>
62. Slang Dictionary – Text Slang, Internet Slang, & Abbreviations [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.noslang.com/dictionary/>
63. The Chronicle of Higher Education [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.chronicle.com/>
64. The English Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/>
65. The New York Times [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nytimes.com/>
66. The Telegraph [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk/fashion/style/athleisure-groufit-shacket-the-new-fashion-words-to-know-now/>

67. The Times [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.thetimes.co.uk/>

68. Twictionary: The Dictionary for Twitter [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://twictionary.pbworks.com/w/page/22547584/FrontPage>

69. Ullmann S. *Semantics: An Introduction to the Science of Meaning*. New York : Barnes & Noble, Inc., 2002. 278 p.

70. Wei L., Wenyu L. Analysis on the Word-formation of English Netspeak Neologism. *Journal of Arts & Humanities*. 2014. Vol. 3, No. 12. P. 22–30.

ДОДАТКИ

Додаток А

CERTIFICATE
is awarded to
Morozov Pavlo
for being an active participant in
V International Scientific and Practical Conference
**“SCIENCE AND TECHNOLOGY: CHALLENGES,
PROSPECTS AND INNOVATIONS”**
24 Hours of Participation
(0,8 ECTS credits)

 **OSAKA**
26-28 December 2024
sci-conf.com.ua



 Державний заклад
«Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
Рада молодих учених і здобувачів вищої освіти 

СЕРТИФІКАТ № 000718
засвідчує, що

Павло Морозов

взяв/взяла участь у
III Міжнародній міждисциплінарній науково-практичній конференції
«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ОСВІТИ»
30 годин, 1 кредит ЄКТС

РЕКТОР, ГОЛОВА
ПРОГРАМНОГО КОМІТЕТУ

  **Олена КАРАМАН**

24-26 квітня 2025 року
Полтава, Україна

