

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ У МЕДІАДИСКУРСІ

Т. О. Пальчун,

О. М. Медвідь,

Сумський державний університет,

вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, 40007, Україна

У статті розглядається поняття «неологізму» як лінгвальної інновації у медійному оточенні, визначається антропоцентрична сутність цього явища та його обумовленість реаліями сучасності. Автори аналізують найбільш поширені способи утворення лексичних інновацій та їх стилістично-функціональні характеристики в межах англомовного медіадискурсу.

Ключові слова: *лінгвальна інновація, неологізм, медіадискурс, антропоцентризм.*

Значною мірою розвиток мови обумовлений її лексичними інноваціями, системою словотвору, зміною існуючих мовних одиниць, збільшенням та зменшенням їхньої продуктивності. Розвиток мови продукується завдяки віддзеркаленню у ній потреб суспільства, а саме вираженню нових понять, які невпинно з'являються на шляху розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин. Встановлення інноваційних тенденцій у словотворі, у розвитку мови в цілому, вдосконалення мовної системи є важливими проблемами у лексикології.

Велика кількість нових слів та необхідність їхньої фіксації у мовному вжитку зумовили створення особливої галузі лексикології – неології – науки, яка вивчає неологізми. **Теоретичною основою** даного дослідження слугують роботи в області неології та стилістики англійської мови вітчизняних і зарубіжних лінгвістів: Воронцова Т. А., Гальперіна І. Р., Гуральник Т. А., Єніксеєвої С. М., Зацного Ю. А., Заботкіної В. І. та інших. Вивчення неологізмів безпосередньо пов'язане з аналізом людського мислення, бо еволюція словарного запасу та активного вокабуляру мови відображає суспільно-соціальну дійсність. Людина, яка реагує на зміну зовнішніх факторів, постійно варіює мову, вона удосконалює її, що приводить в рух мовний матеріал.

Актуальність дослідження зумовлена безперервним розвитком мовної системи, зокрема в галузі неології наявна велика кількість дискусійних питань стосовно теоретичного та практичного аспектів. На сьогоднішній день мовознавці не дійшли спільної думки стосовно часового проміжку існування неологізму, визначення похідної структури, її обумовленості, типологізації новостворених слів та впливу екстралінгвістичних факторів щодо цих питань в цілому. Відкритим залишається питання стилістичної маркованості неологізмів. Нестійкий характер новоутворень зумовлює розбіжності у думках стосовно їх відношення до сленгових одиниць, професіоналізмів, термінів та інших лексичних розшарувань. У статті досліджуються неологізми як результат мовних інноваційних процесів, який має безпосередній вплив на формування соціолінгвального шару. У роботі розглядається типологізація, способи утворення та функціональний аспект новостворених слів у медіадискурсі, адже саме такі сфери відтвореного в ньому соціального життя, як реклама, бізнес, наука, техніка, політика, мода та інше, є основними продуцентами нової лексики.

Мета статті полягає у виявленні найбільш поширених способів утворення лексичних інновацій та їх стилістично-функціональних характеристик в межах англомовного медіадискурсу.

На сьогоднішній день одним з найпоширеніших типів дискурсу можна вважати саме медіадискурс. Він постає у якості актуального тексту, який породжений конкретною ситуацією та конкретним явищем сьогодення, пов'язаний з подіями навколишнього світу, що існує в певному часовому континуумі.

Сучасні дослідження публіцистичного дискурсу умовно розділені на систему двох груп [1]. Перша система його вивчення пов'язана з власне лінгвістичним (формальним) підходом до контекстної реалізації публіцистичного стилю мови у відповідних текстах. В свою чергу друга система тлумачить медіадискурс як екстралінгвальний феномен, фокусуючи свою увагу саме на його дискурсивній організації, тобто на семіотико-мовному та прагматичному аспектах дослідження.

У лінгвістичних студіях сьогодення приділяється велика увага значенню людського чинника у процесі пізнання світу. Для сучасної лінгвістики принцип антропоцентризму став одним із пріоритетних підходів у дослідженні наукових феноменів і розглядається як методологічний базис для уніфікування лінгвістики з комплексом суміжних наук, суть якого полягає у вивченні наукових об'єктів відповідно до їхньої ролі для людини, відповідно до призначення у життєдіяльності, розвитку людської особистості та її вдосконалення. Відповідно до вище зазначеного, людина здатна присвоїти собі мову в процесі її використання, оскільки мова не має іншої об'єктивності, ніж та, яка встановлюється в глибинах суб'єктивного [2, с. 3].

Суть лінгвальних інновацій полягає в адаптуванні мови під її носія. Лексика є найрухомішим прошарком мови, який найбільш чутливо реагує на всі зміни в соціальній, культурній та інших сферах людського життя. Цей мовний абстракт існує в кожній національній мові, що в свою чергу створює власну картину світу, відповідно до існуючої реальності. Кожна мовна картина відображає ментальний світ, який функціонує в просторово-часовому континуумі живої мови. Результатом подібної мовленнєвої діяльності можуть слугувати неологізми. Саме вони трактуються як потужний владний ресурс, за допомогою якого соціальні інститути та індивіди здійснюють свою саморепрезентацію, легітимацію, конструювання й просування тих або інших образів реальності, позиціонуються в соціокультурному й політичному просторі.

Лексична система мови засобів масової інформації – найдинамічніша система сучасної мови. У сфері ЗМІ найрізноманітніше та найсильніше виявляються процеси, які характеризують саме життя мовного організму, бо саме у медіадискурсі зосереджений основний прошарок мовних інновацій. Медійний стиль характеризується своєю функціональністю та великою аудиторією реципієнтів, що сприймають даний тип дискурсу. Головною ціллю такого стилю можна вважати здійснювану ним інформативну функцію, яка в свою чергу містить приховану функцію впливу. Інформативна функція формує нейтральний прошарок мови, необхідний для абсорбування інформації, та який, в свою чергу, затверджує мовні стандарти. Функція впливу апелює наявною оціночною лексикою, стилістично маркованою. Саме вона обумовлює наявність авторських новоутворень, оскільки специфіка медійної мови більшою мірою визначається характером медіа-суб'єкта – автора.

Основною функцією неологізмів у медіастилі є розкриття змісту нового поняття. Вона проявляється під впливом пульсації суспільного життя. Медіадискурс по собі не є основним інноваційним постачальником. Він узагальнює новотвори, які своєю природою походять з інформаційної сфери.

Неологізми політичного спрямування легко встановлюють зв'язки з окремими подіями та фактами політичного життя суспільства в певному періоді його розвитку. Прикладом може слугувати період правління президента Ф. Рузвельта, упродовж якого у політичній термінології США з'явився новий термін – *New Deal* – нові заходи політичного та економічного характеру, направлені на оздоровлення американської економіки.

Some have argued that Jackson was a critic of capitalism and that the Democratic party he helped create had proto-New Dealish goals a century before Franklin D. Roosevelt was elected president (1).

Події та явища, які пов'язані з міжнародним тероризмом та оголошеною йому війною, знайшли глибокий відбиток у словниковому складі сучасної англійської

мови [2, с.23]. Трагічна подія 11 вересня 2001 першого року сформувала ряд лексико-фразеологічних інновацій: *September 11 American, ground zero, generation 9-11*.

Growing Up with bin Lade: Perspectives from the 9/11 Generation. Young Americans reflect on 9/11 and what Osama bin Laden's death means to them(3).

Під впливом глобалізації економічного життя в умовах інформаційної революції формуються нові поняття для номінації та характеристики нових феноменів мови. Одним з ключових слів для появи неологізмів стала основа *global: glocalization, globophobe, globophobic, globality and globophobia*.

Створення нових економічних практик вимагає появи слів, які відповідно будуть відображати суть поняття. Теорія спростування циклічності економіки отримала назву *new paradigm*.

But a new paradigm, I believe, is within our grasp: the intellectual building blocks are there and the Institute for New Economic Thinking is providing a framework for bringing the diverse group of scholars striving to create this new paradigm together (4).

Низький темп розвитку, який супроводжується зростаючими темпами інфляційних процесів у сучасній пресі позначається як *slugflation*.

The UK economy is heading for "slugflation" - a combination of sluggish growth and rising inflation - the Centre for Economic and Business Research (CEBR) believes (5).

Домінування комерційних цілей обумовили створення нових практик не тільки у сфері економіки, а й у рекламі. На шпальтах газет як у друкованому, так і в електронному вигляді ми можемо помітити вертикальну рекламу, що отримала назву *skyscraper ad* у якості номінанта цього явища.

Інновації англійської мови свідчать, що дуже часто їхня інтеграція в лексико-семантичну систему залежить від безпосереднього зв'язку з інноваціями суспільного життя. Саме медіадискурс слугує полем масового освоєння англійською мовою нових слів та закріплення них у мовній системі.

В кожній мовній системі закладений потенціал для її удосконалення та збагачення. Поняття макрополя походить від визначення мови як системи, яка представляє собою складний механізм. У лінгвістиці поле визначається як сукупність змістовних одиниць (понять, слів), які огортають певну віху людського досвіду. Лексичне макрополе необхідно розглядати як складне рухоме системно-структурне утворення, складовими частинами якого є неологізми. Саме воно є базисом для утворення нових слів.

Постійні зміни в лексичному макрополі англійської мови, інтенсивне поповнення його неологізмами слугує об'єктивним посиленням для ретельного лінгвістичного осмислення процесів, які приймають участь у словотворі лексичних одиниць. Словотвір пов'язаний не тільки з постійною появою необхідної соціуму кількості номінацій, але також підтримання достатньої кількості похідних одиниць в системі мови та забезпечення їхнього нормального функціонування з формальної та семантичної точки зору.

Існування різних класифікацій та типологій неологізмів обумовлене різноманітними підходами до визначення самого поняття цього терміну. Спираючись на саме визначення, неологізми виділяють [3]:

1) за формою та змістом мовні знаки поділяються на:

а) неоверби – слова, які характеризують одночасну новизну форми та змісту: *sheeple, metrosexual, supercentenarian, fashionista*;

б) неофрази – неологічні фразеологізми і нові сталі сполуки: *thumbtribe, club-sandwichgeneration, hockeymom, generationZ*;

2) за формою: неоморфи – лексеми, які трансформувались у новій формі, зберігаючи своє значення: *Baby Boom Generation – Baby Boomers; Jewish American Princes – JAP; 9/11 – nine eleven*;

3) за змістом мовні знаки поділяються на: неосеми – нові лексико-семантичні варіанти існуючих слів: *black hole – black hole (v), tsar – grugtsar, eyeball – eyeballs*;

4) неофікси – повнозначні слова чи їхні частини, що перейшли в розряд афіксів: *near-, cyber-, tom-, dot-*.

Неологізм включає в себе поняття узуалізації. Спираючись на праці Е. В. Марінової [4] неологізми можна класифікувати як узуальні інновації та okazіональні. Узуальні одиниці починають вільно відтворюватися поза межами первинного контексту, okazіональні, в свою чергу, разові у своєму використанні та відтворюються лише у первинному дискурсивному оточенні.

Відповідно до визначення неологізму, узуалізація розглядається у якості важливого критерію, який визначає соціалізацію інновації. Одиниця повинна рекурентно відтворюватися поза межами первинного контексту, вона повинна органічно функціонувати у різному дискурсивному оточенні.

Головним чином нова лексика утворюється з власного матеріалу мови шляхом словотворчих операцій та переосмислення значення вже існуючих одиниць.

Словотвір слугує найголовнішим способом поповнення словникового запасу англійської мови. Словоскладання як тип словотворчих процесів становить собою злиття декількох основ для утворення нового слова.

1) *one-downmanship* – прагнення перевершити когось в чомусь поганому, недостойному;

2) *one-upwomanship* – прагнення жінки довести свою перевагу над іншими жінками (2, с.247).

Компонент *one* визначає таке імпліцитне значення неологізму як «винятковість», «домінування», у той час як компонент *net* позначає приналежність слова до віртуального світу, а саме до мережі Інтернет:

1) *netwar* – війна, яку ведуть невеликі групи, не об'єднанні загальним командуванням (вони, проте, спілкуються між собою, координують свої дії на манер Інтернету);

2) *netroots* – активні у політичному відношенні громадяни, які об'єднуються через Інтернет [2, с.239].

Але слід приймати до уваги, що не рідко неможливо спрогнозувати поведінку усієї групи. В свою чергу це може лише ускладнити розуміння неологізму. Так, компонент *cookie* позначає неологізми, які за правило не мають приналежності до пекарських виробів:

1) *cookie-cutter* – притаманний масовому виробництву, одноманітний і безликий;

2) *cookie-pusher* – зніжена, слабка людина, яка має на меті отримання певного соціального статусу [2, с.121].

Складні слова часто використовуються на позначення реалій, приналежних окремій країні, і для їхнього розуміння необхідно враховувати екстралінгвістичні фактори:

1) *sit-down* – сидячий протест: *London 2012 had its first sit-down protest by an athlete last night after one of the biggest sporting controversies of the Games so far* (6);

2) *shut-down* – закриття, ліквідація підприємств: *Speaking for a first time since the shutdown was ended, President Obama says the debt crisis has dented the US reputation and called for a change to the way Washington does business* (7).

Подібні слова виникають у великій кількості та доволі часто, тому більша частина з них ще не має чітко встановленого правопису (разом, окремо або через дефіс), наприклад: *shutdown, shut-down, shut down*.

Серед газетних неологізмів поширення набули новотвори, які походять з синтаксичних конструкцій: *has-been, know-how*.

Might-Have-Beens in Evita Include Banderas, Iglesias, Esparza (8).

Афіксація – утворення нових слів за допомогою суфіксів та префіксів. У сучасній англійській мові виділяються своєю продуктивністю словотворчі моделі іменників з суфіксами: *-ie, -er, -ing, -ist, -ism: ableism, bufferism, huffer, genniker, moshing, buncing, chaologist, ephemerist, expatriatism, electoralism*. В утворенні нових слів активно себе

проявляють напівсуфікси *-aholic, -ati, -nomics: clothesaholics, creamaholic, jazzerati, numerati, bimbonomics, Lawsonomics*.

Конверсія – перехід слова з однієї частини мови в іншу, утворення нового слова без зміни його початкової форми. Велика кількість слів, утворених за рахунок конверсії – одна з особливих рис медіастилю. Найчастіше це дієслова, які утворені від іменників або навпаки: *ablackhole* – чорна діра; *toblackhole* – змушувати зникнути. Але також можуть бути прикметники, які внаслідок появи певного явища, стають іменниками: *annoynymous* – надокучливий, анонімний; *an annoynymous* – надоддлива анонімна особа, яка не називає свого імені, але надокучає безперервними вчинками.

У медіадискурсі, особливо у статтях політичного спрямування, рекламі, зустрічаються частково субстантивовані слова. Це тип конверсії, коли слово набуває лише деякі ознаки іменника, наприклад, артикль або множину: *casuals* – зручні туфлі на кожен день; *bariatrics* – хірургічна операція зменшення шлунка людей із зайвою вагою; *bionomic* – поєднання економічної теорії з біологічною; *home beautifuls* – домашні речі (халат, капці та інше).

Якщо брати до уваги стилістичні функції неологізмів, то вони найкраще прослідковуються саме в тих формах ЗМІ, які розраховані на основну масу населення. Стилiстичні неологізми виконуються дві основні функції: прояв суб'єктивного ставлення до фактів об'єктивної дійсності; виявлення додаткової характеристики предмета, явища, людини. Перша функція у більшості випадів реалізується в ЗМІ, у той час як друга знаходить своє відображення у художніх творах. Неологізми виконують функцію розкриття додаткової характеристики предмета, явища чи людини, наявна оцінка автора відносно зображувальних подій, явищ.

Висновок: неологізми створюються відповідно до різних цілей, серед яких можна виокремити наступні: висвітлення нової характеристики у явища; позначити нове явище; звернути увагу на проблему, яка пов'язана з конкретним новотвором. Наявність у медіаджерелі нового, незвичайного за формою та значенню слова привертає увагу читача. Поява нового слова обумовлюється також прагматичними потребами. Відправник повідомлення обирає з наявного лексичного запасу те, що якнайкраще відображає його думки та почуття. Якщо у лексиконі відправника відсутнє таке слово, він видозмінює стару та створює нову лексичну одиницю. Нові лексичні одиниці створюються в процесі мови як втілення в життя мовцем певного комунікативного наміру, а не як одиниці, попередньо сплановані для розширення і поповнення словникового запасу мови.

Складним є процес закріплення неологізму у мові: він повинен пройти стадії соціалізації, а саме закріплення у суспільному вжитку мовцями, та лексикалізації, тобто закріплення безпосередньо в мові та її словниковому складі, а медіадискурс є саме той дискурс, який активно сприяє цьому процесу.

SUMMARY

LINGUAL INNOVATIONS IN ENGLISH MEDIADISCOURSE

T. Palchun, O. Medvid,

Sumy State University,

2, Rymkogo-Korsakova St., Sumy, 40007, Ukraine

The article studies the notion of “neologism” as lingual innovation in media discourse, an anthropocentric essence of this phenomenon. The authors analyze the most popular ways of lingual innovations' creation and their stylistic-functioning characteristics in English media discourse.

Keywords: *lingual innovation, neologism, media discourse, anthropocentrism.*

РЕЗЮМЕ

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Т.А. Пальчун,
Е.Н. Медведь,*

*Сумський державний університет,
ул. Римського-Корсакова 2, г. Сумы, 40007, Україна*

В статті розглядається поняття «неологізма» як лінгвістическої інновації в медіаоточенні, визначається антропоцентрична сутність цього явища і його обумовленість реаліями сучасності. Автори аналізують найбільш часто зустрічаємі способи утворення лексических інновацій і їх стилістико-функціональні характеристики в межах англоязичного медіадискурса.

Ключеві слова: лінгвістическа інновація, неологізм, медіадискурс, антропоцентризм.

СПИСОК ВИКОРСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рибачок С. М. Економічний дискурс як об'єкт дискурс аналізу / Рибачок С. М. // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. пр. – К., 2013. – Вип. 43, Ч. 3. – С. 311-317.
2. Багаутдинова Г. А. Человек во фразеологии: антропоцентрический и аксиологический аспекты: автореф. дис. д-ра филол. наук: спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Г. А. Багаутдинова. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2007. – 35 с.
3. Головки О. М. Типологічна характеристика англomовних неологізмів / Головки О. М. // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Системні та функціональні характеристики мовних одиниць різних рівнів. – 2009. – Розділ V. – С. 235-238.
4. Маринова Е. В. Термин и понятие «актуальная сочетаемость слова» в терминологической системе неологии / Маринова Е. В. // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 31 (322), Вып. 84. – С.106-107.
5. Зацкий Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. – Запоріжжя: ЗДУ, 2001. – 243 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Capitalism, Politics, and Railroads in Jacksonian New England [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=10036>.
2. Зацкий Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Словник. – Вінниця: Нова Книга, 2008. – 360с.
3. Growing Up With bin Laden: Perspectives from the 9/11 Generation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2070004_2070003_2070018,00.html.
4. Needed: A New Economic Paradigm [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ineteconomics.org/stiglitz-new-paradigm>.
5. British economy could be creeping to 'slugflation' [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/finance/4466391/British-economy-could-be-creeping-to-slugflation.html>.
6. London 2012 Olympics: Tearful fencer Shin Lam in sit-down protest [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/sport/olympics/fencing/9439763/London-2012-Olympics-Tearful-fencer-Shin-Lam-in-sit-down-protest.html>.
7. US debt: Barack Obama says shutdown has damaged America's credibility [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/us-politics/10386489/US-debt-Barack-Obama-says-shutdown-has-damaged-Americas-credibility.html>
8. Might-Have-Beens in 'Evita' Include Banderas, Iglesias, Esparza [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2012/12/14/might-have-beens-in-evita-include-banderas-iglesias-esparza/?_r=0.

Надійшла до редакції 24 лютого 2014 р.