

*Овсянко О. Л.,
старший викладач кафедри германської філології
Сумського державного університету
Мельник І. В.,
студентка IV курсу
кафедри германської філології
Сумського державного університету*

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ОДИНИЦЬ У ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню інноваційних одиниць (неологізмів), що ввійшли до системи англійської мови на початку ХХІ ст. та на часі активно використовуються авторами у заголовках англійських газет. Аналіз емпіричного матеріалу уможливив розробку тематичної класифікації досліджуваних одиниць, виокремлення десяти основних груп: світ, суспільство, вираження думки, культура, бізнес, технології, наука, освіта, гроші, телебачення. Результати дослідження засвідчили, що основними способами формування нових інноваційних одиниць є афіксація, словоскладання та аббревіація.

Ключові слова: інноваційні одиниці, англійські газети, заголовок, тематична класифікація, основні способи словотворення.

Постановка проблеми. Жива мова постійно розвивається і безперервно вдосконалюється. Сучасні дослідники-лінгвісти велику увагу приділяють творчому потенціалу мови. Нині до найбільш продуктивних джерел досліджень у цьому напрямі належить публіцистика. Як результат, виникають нові слова, а отже, поповнюється мовленнєвий і словниковий склад мови. Поява нових слів підтверджує той факт, що мова розвивається. Причиною виникнення нового слова є бажання певної людини досягнути індивідуалізації і оригінальності у публіцистичному стилі, у результаті чого з'являється окрема група лексики, яку у лінгвістиці називають неологізмами.

Протягом останніх десятиріч в розвитку англійської мови, як і в багатьох інших мовах, явно простежується тенденція демократизації, під якою, насамперед, розуміється зближення писемно-літературної мови з усно-розмовною, нелітературною. Таке зближення детермінується значним поповненням лексики та фразеології «стандартної» мови з нелітературних розмовних джерел [2, с. 5].

Динаміка словникового складу тісно пов'язана з трансформаційними мовними процесами та тенденціями, які часто взаємодоповнюють один одного і можуть перебувати в антонімічних зв'язках. До мовних процесів та тенденцій зараховують інтелектуалізацію, демократизацію, інтернаціоналізацію, націоналізацію, термінологізацію, детермінологізацію, неологізацію, архаїзацію, пасивізацію, актуалізацію, які відбуваються як на словотвірному, так і на лексичному або семантичному рівнях [1, с. 11].

Урахування динамічного аспекту в описі лексичного складу мови відображається у розвідках таких учених, як: Н.Р. Ємчур, С.М. Єнікєєва, Р.К. Махачашвілі, В.О. Чередниченко, А.В. Янков тощо. Активізація дослідження інновацій сприяла виокремленню нової лінгвістичної науки – неології,

яка займається вивченням змін у лексико-семантичній та словотвірній системах мови. Саме тому мовознавці говорять про словотвірну, семантичну та фразеологічну неологію. Неологізацію розглядають як загальну тенденцію, універсальний процес, який більшою чи меншою мірою властивий усім світовим мовам. Бурхливий процес неологізації виявляється в появі нових слів, словосполучень, нових значень, актуалізації та функціональній переоцінці лексичних одиниць, які вже давно існують у мові. Лексична система мови поповнюється новими мовними елементами, неологізмами, виникнення яких зумовлено впливом зовнішніх та внутрішніх чинників мовного розвитку [1, с. 11–12].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика неологізації неодноразово вивчалася такими вітчизняними та зарубіжними науковцями як: А.М. Барабуля, І.П. Гусак, Н.Р. Ємчур, С.М. Єнікєєва, Ю.А. Зацний, Ж.В. Колоїз, Н.Д. Костенко, Н.Г. Лисецька, Д.В. Мазурик, Р.К. Махачашвілі, О.Д. Петренко, Н.В. Пілецька, О.М. Турчак, В.О. Чередниченко, А.В. Янков, J. Aitchison, J. Algeo, L. Brinton, J. Fernández-Domínguez, R. Fischer, W. Malec, J. Munat, P. Newmark, A. Rey, E. Traugott, C. Weckenmann.

Дослідження інноваційних процесів у мові та мовленні відображені у лексикографічних розвідках. Серед них варто зазначити спільне дослідження Ю.А. Зацного та А.В. Янкова, сфокусоване на виявленні лінгвальних та соціолінгвальних параметрів інновацій у словниковому складі англійської мови початку ХХІ ст. [2]. Ще одна лексикографічна праця була підготовлена Дж. Алджео. Науковець дослідив лінгвістичні та соціальні значення нових слів і виразів, систематизував колекцію нових слів, описав зміни структури слів і соціальних норм протягом останніх п'яти десятиліть [4].

Аналізуючи ступінь вивченості англійських неологізмів, встановлено, що дослідження інноваційних мовних одиниць, зокрема інновацій, що використовуються в заголовках англійських газет, не ставали досі предметом всебічного аналізу лінгвістичних розвідок. Саме ці недостатньо вивчені аспекти визначають напрями досліджень новотворів у нашій роботі. Вважаємо, що системне дослідження особливостей формування та функціонування зазначених інновацій в англійських газетах є перспективним.

Метою роботи є аналіз семантичних та словотвірних особливостей інноваційних одиниць, вжитих у заголовках сучасних англійських газет.

Поставлена мета передбачає реалізацію таких завдань:

– формування тематичних груп англійських інноваційних одиниць;

– визначення основних способів творення англійських інновацій.

Виклад основного матеріалу. Об'єктом дослідження є інноваційні одиниці англійської мови, що ввійшли до системи англійської мови на початку XXI ст. Предметом дослідження є семантичні та словотвірні параметри інноваційних одиниць, що функціонують у заголовках англійської преси. Матеріалом дослідження слугували понад 100 англійських інновацій, що були сформовані методом суцільної вибірки зі словників та електронних засобів масової інформації (*The Guardian*, *The New York Times*).

У лінгвістичній літературі науковці використовують низку термінологічних назв на позначення основного об'єкту неології (нової одиниці мови) – інноваційні одиниці (неологізми) (Ж. Айтчінсон, Дж. Алджео, Н.Р. Ємчура, Ю.А. Зацний, Н.Д. Костенко, Р.К. Махачашвілі, П. Ньюмак, В.П. Чердніченко), інноваційні процеси (Д.В. Мазурик), *оказіоналізми* (Ж.В. Колоїз).

А.В. Янков зазначає такі критерії розмежування соціально-політичних неологізмів і *оказіоналізмів*: 1) неологізми є лексичними одиницями мови і мовлення, а *оказіоналізми* – лише мовлення; 2) для неологізмів наявність автора не є суттєвою, а для *оказіоналізмів* вона суттєва; 3) неологізми мають поза текстові і текстові значення, а *оказіоналізми* лише текстові; 4) новизна неологізмів пов'язана, передусім, із новизною денотату, а новизна *оказіоналізмів* – із незвичністю поєднання морфем та компонентів слів; 5) свіжість неологізмів з часом зникає внаслідок їхньої повної лексикалізації [3, с. 7].

На думку Ю.А. Зацного, поняття *оказіональність* є досить умовним. Фактично всі нові одиниці починають своє життя як *оказіональні*, оскільки вони виникають саме в конкретному акті мовлення, тому термін «*оказіональне слово*» може констатувати лише результат, той факт, що певна одиниця виникла у мовленні, але не закріпилася в мові [2, с. 6–7]. Ознаками входження неологізмів (інновацій) у мову варто вважати їх «рекурентність», здатність відтворення поза первісним контекстом, участь у семантичних і словотвірних процесах. У межах нашого дослідження, спираючись на бачення Ю.А. Зацного, який ототожнює неологізм з інновацією, ми будемо послуговуватися ними як взаємозамінними.

Аналіз зібраних суспільно-політичних неологізмів англійської мови дав змогу описати тематичний діапазон цього пласту лексики та показати її як цілісну систему, котра відображає мовну картину світу. Класифікуючи неологізми, вважаємо за доцільне виокремити десять основних груп: світ, суспільство, вираження думки, культура, бізнес, технології, наука, освіта, гроші, телебачення.

1) Світ. Різноманітні процеси, що відбуваються в житті світової спільноти, відображаються і в англійській мові. У заголовках англійської преси активно функціонують неологізми, що окреслюють загальні тенденції світового розвитку та актуальні в умовах сьогодення. Наведемо релевантні приклади вживання неологізмів із цієї тематичної групи: *Uber-rich* (*супер-багата, надмірно багата людина*) [2, с. 335] → *Punta del Este: is Uruguay's uber-rich "gated city" a glimpse of our urban future?* [15].

2) Культура. Ця тематична група представлена вживанням таких неологізмів: *Tart noir* (*детективні, кримінальні романи з головною діючою особою – сучасною, незалежною, цілеспрямованою жінкою*) [2, с. 323] → *Stella Duffy's top 10 tart noir books* [18]. Зазначене речення фігурує як заголовок до статті,

що присвячена сучасній англійській письменниці та акторці Стеллі Даффі. Автор статті зазначає топ 10 найкращих книжок письменниці, використовуючи неологізм *tart noir*, за допомогою якого фокусується увага на двох моментах: встановлюється, в якому жанрі працює письменниця (детективні та кримінальні романи), а також висвітлюється характер головних персонажів її книжок (сучасна, незалежна, цілеспрямована жінка).

3) Бізнес. Підвищення рівня економічного зростання та бізнес-відносин сприяє створенню неологізмів. Зазначимо релевантні приклади вживання неологізмів цієї тематичної групи: *Guerrilla marketing* (*маркетингова кампанія з використанням нетрадиційних заходів, у тому числі пов'язаних з порушеннями законів і правил*) [2, с. 188] → *Guerrilla Marketing* [8]. Розповідаючи про діяльність різних компаній, із використанням ними різноманітних способів із метою втриматися на ринку, автор використовує неологізм *guerrilla marketing*.

4) Технології. Новітні технології постійно перебувають у динамічному розвитку, тому що життєві потреби зростають, пізнання людей увесь час поглиблюється. Це спонукає до створення неологізмів або семантичного оновлення вже відомих термінів. Неологізм *Hacktivist* (*хакер, що проникає в чужі комп'ютери для пропаганди певних ідей*) [2, с. 189] набув нового представлення, виступаючи заголовком до статті: *Hacktivism in the frontline battle for the internet* [11].

5) Освіта. Наведемо характерні приклади цієї тематичної групи. *Voucher program* (*«ваучерна програма» у США для обдарованих дітей із бідних родин у рамках загальної програми вибору школи*) [2, с. 346] → *Nevada rules funding for school voucher program is unconstitutional* [6]. Низка нових слів та словосполучень цієї тематики відображає зміни в навчальних програмах і змісті освіти в різних англійських країнах.

6) Гроші. Ця тематична група репрезентована такими прикладами: *Duvet days* (*додаткові дні відпочинку (в умовах стресового характеру праці сучасного службовця)*) [2, с. 146] → *Duvet days, free breakfast and fitting in: a graduate guide to digital startups* [17]. Вживаючи неологізми цієї тематичної групи, автори намагаються надати яскравості та новизни заголовку, а також привернути увагу читачів до статті.

7) Телебачення. Інновація *Comfort TV* (*телепередачі «домашнього характеру», що впливають заспокоїливо на телеглядачів*) [2, с. 117] була вжита автором у заголовку до статті та набула такого контекстуального представлення: *It's sunny and safe: why Gilmore Girls is perfect comfort TV* [7]. Вважаємо, що використання цього неологізму допомогло автору зацентувати на доброзичливому характері популярного молодіжного серіалу «Дівчата Гілмор» та його позитивному впливі на глядачів. Аналіз ілюстративного матеріалу, вилученого з сучасних англійських газет, уможливив формулювання такого висновку: тематичні групи неологізмів неоднорідні за функціонуванням, стильовими та стилістичними особливостями, нормативністю. Оскільки процес наповнення мови неологізмами є надзвичайно динамічним, це питання потребує подальших наукових досліджень.

Досліджуючи неологізми в заголовках англійської преси, нами проаналізовано кілька способів їх створення.

1) Афіксація. Елемент *cyber* фактично функціонує в англійській мові і як лексична одиниця (на лексичному рівні), і як афікс (на морфемному рівні) [2, с. 49]. Наприклад, інновація *cyberjihad* («кіберджихад», *електронна священна війна екстремістських організацій і угруповань, атака на інформаційні*,

комп'ютерні системи, програми і дані) [2, с. 128] була використана у статті *The battle against cyber-jihad* [9].

Наведемо приклад неологізму з афіксом *dot*. Інноваційна одиниця *Dot-com* (компанія, фірма, що здійснює свою комерційну діяльність через Інтернет) [2, с. 144] отримала таке представлення у статті: *The world's first dot com domains – back in 1985* [12]. Через появу нових адрес інтернетівських організацій, частина *dot* виконує функцію афіксу. Ще одним характерним прикладом слугує інновація *Nanobot* (наноробот – робот мікроскопічних розмірів) [2, с. 235], яка виступила заголовком до статті і набула такого представлення: *Bring on the nanobots, and we will live long and prosper* [16]. Можливість створення приладів, інструментів, машин мікроскопічних розмірів зумовила створення неологізмів із префіксом *nano-*, які досить часто зустрічаються в газетах.

2) Словоскладання. Процес утворення складних слів відбувається за моделлю *N+N*. Першим прикладом подамо неологізм *Bird flu* (пташиний грип – інфекційна хвороба, яка вражає птахів, особливо свійських) [2, с. 94], що отримав таке представлення у статті: *Bird flu found in North Yorkshire backyard* [10]. Наступним прикладом є неологізм *Sandwich generation* (люди, які піклуються як про своїх дітей, так і про своїх батьків) [2, с. 286], який шляхом використання у статті набув такого представлення: *The “sandwich generation”* [14].

3) Абревіація. Згідно з дослідженнями науковців із релевантних питань, в останні десятиліття абревіатури настільки розмножилися, що стали представляти на кінець XX ст. значну частину одиниць словникового складу і їх кількість постійно зростає [2, с. 55]. Наведемо приклад вживання абревіатур у заголовках англійських газет. Неологізм *GMO* (*genetically modified organism*) (генетично модифікований організм) [2, с. 182] знайшов своє представлення у такому заголовку: *Why NGOs can't be trusted on GMOs* [13]. За твердженнями фахівців у галузі неології, особливо інтенсивно створюються акроніми, тобто абревіатури, що набули статусу слів [2, с. 55]. Прикладом цього може слугувати неологізм *Sars* (*severe acute respiratory syndrome*) (інфекційне захворювання пневмонічного типу), що був використаний у статті *China accused of Sars cover-up* [5].

За результатами аналізу зібраного корпусу ілюстративного матеріалу, найпродуктивнішими способами творення лексичних інновацій є афіксація і словоскладання. Абревіація слугує характерним способом утворення інноваційних одиниць. Ці способи відіграють важливе значення у процесі збагачення словникового складу англійської мови останнім часом. Продуктивність цих способів (афіксація і словоскладання) підтвердилася на нашому фактичному матеріалі – 60%. Інтенсивне поповнення лексики у сучасній англійській мові відбувається шляхом появи великої кількості абревіатур – 40%.

Висновки. Під неологізмами науковці розуміють лексичні одиниці, які є притаманними як мові, так і мовленню. Наявність авторства та зв'язок із контекстом не є облігаторним для цих одиниць. Також неологізми відтворюються у багатьох сферах людської діяльності. Оказіоналізми визначаються як експресивне авторське утворення індивідуального характеру, створене за допомогою стандартних чи нестандартних способів словотворення, навмисно вигадане автором для функціонування в рамках певного контексту. Вживання інноваційних одиниць відбувається через необхідність створення чогось нового. Автор прагне порушити правила і привернути увагу адресата до прочитання тексту. Процес номінації нового явища є проявом творчого характеру мовленнєвої діяльності творця.

Аналіз зібраних суспільно-політичних неологізмів англійської мови дав змогу описати тематичний діапазон цього пласту лексики та показати її як цілісну систему, котра відображає мовну картину світу. Досліджуючи інноваційні одиниці в заголовках англійських газет, ми проаналізували такі способи створення неологізмів: афіксація, словоскладання, абревіація. Аналіз зібраних неологізмів англійської мови показав, що найбільш суттєвим способом створення лексичних інновацій є афіксація та словоскладання, хоча нині дедалі більше активізується і процес абревіації.

Результати аналізу можуть стати базою для подальших фундаментальних досліджень із релевантних питань. Перспективами розвитку теми доцільно вважати такі: вивчення особливостей формування фразеологічних інновацій у сучасній англійській мові; визначення екстралінгвальних та інтралінгвальних факторів, які зумовлюють виникнення фразеологічних інновацій.

Література:

1. Смчура Н.Р. Неологізація чеської суспільно-політичної лексики кінця XX – початку XXI століть: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / Н.Р. Смчура. – Львів, 2015. – 204 с.
2. Зацний Ю.А. Джерела і сфери поповнення розмовної лексики і фразеології / Ю.А. Зацний, А.В. Янков // *Нова розмовна лексика: англо-український словник*. – Вінниця: Нова книга, 2010. – 224 с.
3. Янков А.В. Соціально-політичні неологізми та okazіоналізми в американському варіанті англійської мови: структура – семантика – функціонування: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / А.В. Янков. – Львів, 2004. – 20 с.
4. Algeo J. Fifty Years Among the New Words: A Dictionary of Neologisms 1941 – 1944 / J. Algeo. – Cambridge University Press, 1993. – 257 p.
5. China accused of Sars cover-up [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/world/2003/apr/09/sars.china>.
6. Nevada rules funding for school voucher program is unconstitutional [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/sep/29/nevada-school-voucher-account-program-unconstitutional>.
7. Page of Abigail Radnor [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/nov/05/sunny-safe-gilmore-girls-comfort-tv>.
8. Page of Ben Wardell [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/careers/careers-blog/marketing-yourself-ben-wardell>.
9. Page of Brian Whitaker [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/commentisfree/belief/2010/sep/28/cyber-jihad-islamic-extremist-websites>.
10. Page of Helen Pidd [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/world/2017/jan/08/bird-flu-found-in-north-yorkshire-back-yard>.
11. Page of James Ball [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/technology/2012/apr/20/hacktivists-battle-internet>.
12. Page of Jemima Kiss [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/media/pda/2008/dec/22/internet-domains>.
13. Page of Marc Gunther [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2014/jul/16/ngos-nonprofits-gmos-genetically-modified-foods-biotech>.
14. Page of Michael Tomasky [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/commentisfree/michaeltomasky/2010/jan/25/sandwich-generation-middle-class>.
15. Page of Oliver Balch [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/cities/2016/jan/20/punta-del-este-uruguay-elitist-gated-city-urban-future-st-tropez-south-america>.

16. Page of Ray Kurzweil [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2007/nov/22/comment.comment>.
17. Page of Ross Britten [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/careers/graduate-digital-startup-survive>.
18. Stella Duffy's top 10 tart noir books [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/books/2002/aug/07/bestbooks.fiction>.

Овсянко Е. Л., Мельник И. В. Особенности функционирования инновационных единиц в заглавиях англоязычных газет

Аннотация. Статья посвящена исследованию инновационных единиц (неологизмов), которые вошли в систему английского языка в начале XXI века и в данное время активно используются авторами в заглавиях англоязычных газет. Анализ эмпирического материала позволил разработку тематической классификации исследуемых единиц, выделение десяти основных групп: мир, общество, выражение мысли, культура, бизнес, технологии, наука, образование, деньги, телевидение. Результаты исследования

показали, что основными способами формирования новых инновационных единиц являются аффиксация, словосложение и аббревиация.

Ключевые слова: инновационные единицы, англоязычные газеты, заглавие, тематическая классификация, основные способы словообразования.

Ovsianko O., Melnyk I. The Use of Innovative Units in the Titles of English Newspapers

Summary. The article is devoted to the complex study of innovative units (neologisms) that entered into the system of English at the beginning of the XXI century. At present these innovative units are actively used by authors in the titles of English newspapers. The analysis of the empiric material made it possible to develop the thematic classification of the studied units, distinguishing ten main groups: world, society, opinion, culture, business, technology, science, education, money, television. The results showed that the main ways of formation of new innovative units are affixation, compounding and abbreviation.

Key words: innovative units, English newspapers, title, thematic classification, main ways of word formation.