

Ведь Т. М.,
викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

СФЕРИ ВЖИВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ ХХІ СТОЛІТТЯ В МЕЖАХ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню особливостей сфер уживання сучасних лексичних інновацій у медійних текстах. Під час аналізу виявлено 14 сфер уживання лексичних інновацій, серед яких найбільшою визначена політична. Така велика і змістовна класифікація вказує на стрімкий і різнобічний розвиток мови.

Ключові слова: лексична інновація, неологія, сфера вживання, медійний дискурс.

Постановка проблеми. Тема роботи пов'язана з вивченням сфер уживання лексичних інновацій у медійному дискурсі.

Характерною ознакою осучаснення та розвитку словникового складу мови є його поповнення новими словами. Словниковий склад – це найбільш мінлива та схильна до змін частина мови, в якій відображаються людські реалії. Вивчення сфер уживання лексичних інновацій дає змогу прослідкувати та виявити зміни в концептуальній картині мовців. Тексти сучасних англійських медіа визначають динаміку розвитку мови на семантичному, прагматичному й когнітивному рівнях, що створюють загальну картину мови. Отже, виникає необхідність вивчення лексичних інновацій як засобів відображення змін, що відбуваються в сучасних англійських лінгвістичних культурах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лексичні інновації завжди перебували в центрі лінгвістичної уваги. Специфіку лексичних інновацій у газетному дискурсі розглядають Г. Довбня [3], О. Стишов [8] та Н. Колеснікова [5]; юкстапозитиви як продуктивні лексичні інновації англійської мови є предметом дослідження А. Ляшук [6]; лексичні інновації військової сфери є одними із зацікавлень В. Поталуй [7]; лексичним інноваціям сфери бізнесу та економіки присвячені дослідження Н. Блинові [1], а сферу політики розглядає В. Громовенко [2]. Проте досліджень, пов'язаних із загальним сучасним розподілом лексичних інновацій медійного дискурсу, майже не існує, що й становить актуальність дослідження.

Метою статті є виявлення сфер уживання лексичних інновацій ХХІ століття в межах медійного дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Сучасні лінгвісти особливу увагу приділяють вивченню проблем зв'язку мови та культури, мови й мислення, ролі людини, національно-культурної специфіки створення мови та впливу мови на створення мовної картини світу.

Мова віддзеркалює дійсність, а культура є невід'ємним компонентом цієї дійсності. Змінюється дійсність, а отже, змінюються культурно-національні цінності та стереотипи, власне, й сама мова. Зміни в мові найшвидше відбуваються на рівні лексики. Кожного дня з'являються нові слова та додаткові значення серед уже наявних загальноживаних лексем, виходять з ужитку і стають «застарілими» слова, які ще вчора були популярними й широкоживаними.

Саме неологія розглядає такі лінгвістичні питання, як аналіз появи нових слів і значень; вивчення моделей, за якими створюються нові лексичні одиниці, й визначення причини їх появи.

Більшість дослідників по-різному визначає термін «лексична інновація», але всі вони погоджуються, що головною її ознакою є новизна. За основу тлумачення терміна «лексична інновація» ми беремо визначення Ю. Зацного. Лексичні інновації – це слова чи словосполучення або нові значення чи відтінки значень слів, що з'являються в мові [4, с. 5].

Незважаючи на те що головним фактором утвердження лексичної інновації багато лінгвістів вважає те, наскільки відповідає нове похідне слово поставленим цілям номінації, соціальні фактори іноді не менш значущі в цьому стосунку [2, с. 359].

Лексичні інновації слугують відображенням актуальних подій, явищ і трендів, що з'являються в житті людини. Джерелом такої інформації є засоби масової інформації. Саме з медійних текстів ми дізнаємося про все те нове, що трапляється у світі. Фундаментом для дослідження став інтернет-ресурс About words. A blog from Cambridge University [10].

Зважаючи на проаналізовані лексичні одиниці, можна виділити такі сфери вживання лексичних інновацій в англійському медійному дискурсі: 1) політику; 2) економіку; 3) екологію (погоду, тваринний світ, природні явища); 4) торгівлю; 5) архітектуру; 6) нові технології та явища; 7) соціальні явища; 8) соціальні мережі; 9) сім'ю і стосунки; 10) працевлаштування та професії; 11) правопорушення; 12) побут (моду й одягу); 13) активний відпочинок і вправи; 14) медицину та здоров'я (медитацію).

Останніми роками значний сплеск політичної активності призвів до появи значної кількості пов'язаних із цим лексичних інновацій, наприклад:

Brexit – людина, яка скаржиться про вихід Британії зі складу Європейського Союзу.

Calxit – вихід штату Каліфорнія зі складу Сполучених Штатів Америки.

Особливо багато політичних лексичних інновацій з'являється в американському політичному дискурсі під час передвиборчої кампанії. Лексичні інновації відображають не тільки прагнення політиків здобути підтримку певних соціальних верств виборців, а й ставлення виборців до політиків [18, с. 358].

З обранням у президенти Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа з'явилася велика кількість лексичних інновацій, пов'язаних як із його прихильниками та однодумцями, так і з його противниками та ворогами. Також багато нових слів, пов'язаних із критикою в бік 45-ого президента Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа, мають глузливий характер [9]. Наприклад:

Trumpaholic – людина, що надмірно захоплюється Дональдом Трампом і є його зятим прихильником.

Trumpamania – відчуття патріотизму, яке наповнює вас, коли Дональд Трамп оголошує промову.

Trumpoganda – специфічні вирази, що включають «альтернативні факти», які містять дезінформацію та пробуджують страх і терор; часто неграмотно написані й неправильно побудовані за своєю структурою.

Сферою економіки цікавляться всі прошарки населення. Ділова преса дає людям змогу дізнатися не тільки про актуальні питання, а й про інноваційні явища, що стають причиною створення лексичних інновацій:

Attention economy – економічна система, у якій кількість інформації доступної в інтернеті означає, що компанії повинні боротися за уваги потенційних клієнтів.

Lattelevy – податок, що виплачується за одноразові кавові стаканчики, щоб заохотити покупців приносити власні чашки й, отже, зменшувати кількість відходів.

Stoozing – практика, коли людина бере кредит у банку під 0% та інвестує цю суму в банківський депозитний рахунок, щоб після виплати кредиту мати прибуток від відсотків з депозиту.

Zebra – нова компанія, націлена як на покращення суспільства, так і на фінансовий прибуток.

Сферу «Екологія» можна розподілити на три групи. Перша – це погода. Сучасному клімату притаманна велика кількість катаклізмів і стихійних лих, яка змушує мовців давати їм назву й, отже, створювати нові лексичні інновації. Наприклад:

Hotumn – осінь, у період якої температура повітря вища за притаманну цій порі року, спричинена зміною клімату.

Thundersnow – буря зі снігом, а не притаманним їй сильним дощем.

Bombogenesis – процес, за якого шторм швидко погіршується через раптове зниження атмосферного тиску.

До другої групи належить тваринний світ. Хоча вчені майже не виявляють нові досі невідомі види тварин, що живуть у сучасному світі, науковці спостерігають за поведінкою наявних тварин. Так, утворилися нові лексичні інновації, пов'язані з поведінкою тварин:

Kleptopredation – поїдання здобичі, що тільки з'їла свою впольовану здобич, так хижак з'їдає здобич свою та впольовану до неї.

Monkey dumpling – група мавп виду макаки, які для того, щоб зігрітися, коли їм холодно, знаходяться дуже близько один від одного.

Третя група становить природні явища, до яких належать такі інновації:

Living bridge – міст, що утворився з коренів рослин, зазвичай із каучукового дерева.

WoodWideNet – підземна коренева система, що об'єднує інші дерева та рослини.

Сфера торгівлі також поповнилася новими лексичними інноваціями:

Amazon effect – явище, спричинене поширенням інтернет-торгівлі, через яку велика кількість традиційних крамниць припиняє працювати. Назване на честь компанії, що займається роздрібною торгівлею в Інтернеті Amazon, популярність якої значно впливає на шопінг звички.

Golden quarter – тримісячний період із жовтня по грудень, коли компанії роздрібною торгівлі отримують найбільший прибуток.

Guideshop – крамниця, де покупці можуть подивитися та спробувати товари й потім замовити їх із доставкою до себе

додому. Головна відмінність від звичайної крамниці в тому, що вони не можуть забрати товар саме з крамниці.

Industry 4.0 – процес, що включає виробництво товарів для продажу, до якого залучають штучний інтелект.

Створення нових лексичних інновацій у сфері архітектури не тільки вказує на збагачення словникового складу англomовного населення, а й може вказувати на рівень життя та уподобання мовців. Так, наприклад:

Coffin cubicle – дуже маленьке місце для проживання однієї людини, збудоване з колишньої квартири, розділеної на блоки.

Dogmanor – розкішна будка для собак, щоб спати надворі.

Gigamansion – величезний розкішний будинок.

Нові технології та явища – це сфера, що апіорі включає тільки лексичні інновації, тому що вона охоплює раніше невідомі речі, які не мають назви:

Cobot – робот, що працює разом із людьми й виконує те саме завдання.

Holoportation – технологія, що дає змогу створювати 3Д зображення людини й відправляти її в Інтернеті.

Droneway – довга відокремлена поверхня землі зі спеціально підготовленою гладкою, твердою поверхнею, на якій дрони відлітають і приземляються.

Категорія «соціальні явища» не тільки охоплює розподіл людей на групи за певними ознаками, а й включає поведінку та дії людей, що не лише стосуються окремої особи, а стають характерними для багатьох. Наприклад:

Generational nomad – людина, яка народилася в період розмежування двох поколінь.

Sologamy – одруження на самому собі в неофіційній церемонії.

Binge racing – діяльність, за якої людина переглядає всі серії телепрограми за 24 години.

Хоча для сучасної людини такі слова, як «лайк», «твітнути» й «репост», і стали звичними, мовна картина світу все більше поповнюється лексичними інноваціями, пов'язаними із соціальними мережами:

Cyberloafing – робочий час, який людина проводить за інтернет-діяльністю, не пов'язаною з її роботою (перегляд соціальних мереж і пошук інформації в інтернеті).

Finsta – друга приватна сторінка в соціальній мережі, на яку може підписатися обмежена кількість людей.

Kittenfishing – перебільшення позитивних якостей людини в онлайн профайлі.

Сім'я і стосунки на перший погляд можуть здатися сферою, у якій нічого нового бути не може, але це не так. До лексичних інновацій англomовного медіа-дискурсу в цій сфері можна зарахувати такі приклади:

Monster parent – хтось із батьків, хто занадто авторитарний і дуже опікає дитину, втручається в її освіту.

Perrenial – батьки дитини, що належать до покоління двохтисячних, тобто тих, хто народився в період з 1980-тих по 2000-ні роки.

Stashing – стосунки, коли один із партнерів вирішує не розповідати про іншого.

Характерною рисою лексичних інновацій є їх новизна, яка безпосередньо наявна в назвах нових професій і словах, пов'язаних із працевлаштуванням:

Neo-generalist – працівник, що має загальні та спеціальні навички.

Procrastination nanny – людина, яку наймають для того, щоб він або вона заохочували вас виконувати роботу, яку ви залишали на потім, упродовж довгого часу.

Roamer – хтось, хто переїжджає з однієї країни в іншу, щоб там жити і працювати.

Сфера правопорушень також поповнилася новими лексичними інноваціями, пов'язаними з раніше неіснуючими злочинами:

Cryptojacking – незаконна діяльність, коли людина таємно користується чужим комп'ютером, щоб отримати нову криптовалюту (цифрову валюту, випущену публічною мережею, а не урядом).

Distracted walking – незначний злочин, коли людина переходить дорогу, водночас відволікається на мобільний телефон або подібний девайс, так наражаючи на небезпеку водіїв та інших пішоходів.

Jackpotting – злочин, що базується на проникненні в касовий апарат, щоб викрасти гроші.

Лексичні інновації в категорії «побут» можна розподілити на дві підгрупи. Перша пов'язана зі створенням нового одягу та модних течій, а друга виникла у зв'язку із запозиченням страв з інших країн або власне нових кулінарних відкриттів, що набувають значної популярності. Отже, до моди й одягу можна зарахувати такі приклади:

Dopamine dressing – манера носити яскравий, зручний одяг, щоб бути щасливішим.

Drouser – одяг, що складається із сукні, пришитої до штанів.

Workleisure – стильний одяг, зручний як домашній, але формальний для робочого етикету.

У свою чергу, страви та їжа включають:

Ambient tea – чай кімнатної температури, що подається з їжею.

Cloud eggs – солена страва, яку готують з окремо збитих яєчних білків, додаючи цілий жовток на середину білкової маси.

Crossushi – круасан із начинкою із суші.

Сфера активного відпочинку та вправ поповнилася такими лексичними інноваціями:

Riverbugging – вид активного відпочинку, коли людина сидить у маленькому надувному човні (річному крабі), що за своєю формою виглядає як крісло, і пливе уздовж місця, де в річки сильна течія.

Volcanoboarding – спуск вниз по вулкану на дошці, схожій на сноуборд, при цьому людина може стояти, сидіти чи лежати на ній.

Runch – пробіжка, яку ви виконуєте під час обідньої перерви.

Медицина і здоров'я відрізняються від інших сфер тим, що наукові відкриття в цій галузі трапляються досить часто, що і сприяє утворенню лексичних інновацій:

Avocado hand – пошкодження, яке можна отримати, коли ви намагаєтесь ножом відокремити кісточку від авокадо, але натомість ви ріжете руку.

Broken heart syndrome – тимчасовий медичний стан, який впливає на роботу серця, що часто спричинений стресовими й негативними подіями.

Потреба в розслабленні після важкого робочого дня або після стресової ситуації сприяє створенню лексичних інновацій у підгрупі медитації:

Ecotherapy – метод покращення самопочуття людини, що полягає в пропонуванні зайнятися чимось надворі, наприклад, садівництвом або реставраціями.

Forestbath – діяльність, схожа на медитацію, яка виконується, коли людина знаходиться в лісі, сидить і фокусується на своєму оточенні.

Висновки. Під час аналізу виявлено 14 сфер уживання лексичних інновацій XXI століття в англомовних медійних текстах, що вказує на стрімкий і різнобічний розвиток мови.

Отже, у процесі вивчення лексичних інновацій можна простежити, як за допомогою лексичних одиниць мови той чи інший народ членує відповідну галузь, виділяє в ній окремі сегменти, створюючи мовну картину світу, й дає змогу виявити зміни в концептуальній і мовній картинах світу.

Перспектива дослідження полягає у визначенні впливу сфер уживання лексичних інновацій на їх україномовний переклад.

Література:

1. Блинова Н.М. Лексичні інновації у мові Інтернет-3МІ (на прикладі сфери бізнесу та економіки). *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство»*. 2015. № 11. С. 3–10.
2. Громовенко В.В. Особливості словотворення неологізмів в англійському політичному дискурсі. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 358–361.
3. Довбня Г.О. Специфіка лексичних інновацій в газетному дискурсі англійської мови. *Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету: збірник наукових праць звітно-наукової конференції викладачів університету за 2012 рік, 9–10 лютого 2013 року* / укл. Г.І. Волинка, О.В. Уваркіна, О.П. Смельянова. Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2013. С. 38–39.
4. Зацний Ю.А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Вінниця, 2008. 360 с.
5. Колесникова Н.В. Лексичні неологізми в рекламі. *Запоріжжя*, 2002. С. 77–78.
6. Ляшук А. Юкстапозитиви як продуктивні лексичні інновації в англійській мові. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. Випуск 129. С. 62–66.
7. Поталуй В.В., Ширшикова Е.А. Факторы, влияющие на появление неологизмов в военной терминологии (на материале английского языка). *Международный научно-исследовательский журнал*. 2016. № 12 (54). Часть 2. С. 66–68.
8. Стишов О.А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця XX ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ, 2003. С. 74–87.
9. Ткач П.Б., Ведь Т.М. Лексичні інновації в сучасному англомовному воєнно-політичному дискурсі та фактори, які впливають на їх створення. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки (мовознавство)»*. 2018. № 10. С. 23–30.
10. About words. A blog from Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/>.

Ведь Т. Н. Сферы употребления лексических инноваций XXI века в рамках медийного дискурса

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей сфер употребления современных лексических инноваций в медиатекстах. Во время анализа определено 14 сфер употребления лексических инноваций, среди которых самой большой выявлена политическая сфера. Такая большая и содержательная квалификация указывает на стремительное и разностороннее развитие речи.

Ключевые слова: лексическая инновация, неология, сфера употребления, медиадискурс.

Ved T. Spheres of usage of the lexical innovations of the XXI century in the framework of media discourse

Summary. The article has been devoted to the research of the sphere of usage of modern lexical innovations peculiarities in media texts. During the analysis 14 spheres were identified among which the political sphere was the largest one. Such large and substantial qualification points out on dynamic and fast-pased development of the speech.

Key words: lexical innovation, neology, sphere of usage, media discourse.