

*Ванівська О. М.,**ORCID ID: 0000-0003-0750-3949**кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов**Національного лісотехнічного університету України**Пуга О. О.,**ORCID ID: 0000-0003-0406-2615**викладач кафедри іноземних мов**Національного університету «Львівська політехніка»*

ВЖИВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. Стаття присвячена аналізу мови текстів британських мас-медійних видань за останні роки. Було розкрито сутність політичного дискурсу, його визначальні риси та особливості вживання неологізмів у мас-медійному політичному дискурсі. У статті проаналізовано сучасні тексти медійного політичного дискурсу на лексичному рівні за допомогою лінгвістичних методів дослідження, які допомогли дослідити їх структуру та семантику, способи творення і особливості вживання. Ґрунтовний аналіз політичних неологізмів з позиції структури, семантики та функціонування дав змогу виділити продуктивні словотвірні моделі неологізмів у політичному дискурсі сучасних британських засобів масової інформації.

Творення нових політичних неологізмів є результатом потреб суспільства, суспільно-політичних змін, тому серед лексичних засобів творення політичних неологізмів необхідно зазначити численне вживання повторень, риторичних запитань, особистих звернень до читачів.

Функціональний підхід до вивчення неологізмів дав змогу простежити основні функції, які вони виконують у комунікативному процесі, зокрема словотворчу, номінативну, емотивну, інформативну та волюнтаривну.

За семантикою лексичні інновації було поділено на лексико-семантичні групи для позначення назв осіб – учасників політичної комунікації, за національною ознакою, приналежністю або прихильністю до певної політичної сили, характерними ознаками зовнішності або поведінки, за функціями, які вони виконують у політичній комунікації, групи для позначення політичних сил або угруповань, політичних процесів та явищ.

Дослідження показало, що найчисельнішими групами є неологізми, утворені за допомогою афіксації, осново-складання, скорочення, телескопії, тоді як менш чисельними виявилися неологізми, утворені за допомогою конверсії, аббревіації, акронімії та запозичення. З позиції словотворчого потенціалу переважають індивідуально-авторські новотвори з порівняно низькою частотою вживання та негативною конотацією. Щодо сфери їх застосування, то політичні неологізми вживаються для номінації соціально-значущих концептів, а саме політики, влади та глобальних проблем сучасності.

Ключові слова: неологізм, неологія, політичний дискурс, засоби масової інформації.

Постановка проблеми. Вивчення процесів неологізації медіалексики є актуальним, оскільки неологізми охоплюють усі сфери життя і найповніше відображаються в засобах масової інформації. Саме лексика засобів масової інформації є тим віддзеркаленням словникового складу мови, що найповніше описує інновації, які мають місце в різних сферах людської діяльності.

Аналіз інноваційних процесів сучасного тексту мас-медіа на лексичному рівні дає змогу простежити основні тенденції в оновленні лексики засобів масової інформації, показати зв'язок неологізмів із тематикою та жанрово-стильовими особливостями текстів, в яких функціонують слова, словосполучення у своїх нових значеннях.

Поява нових умов існування людини, нові стосунки між мовцями, нові галузі знань та концепції вимагають відповідних змін у мові, адже саме лексичний склад є тим компонентом мови, якому притаманні постійні зміни у зв'язку з появою нових когнітивних та комунікативних потреб мовців.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Процес появи неологізмів є актуальним об'єктом дослідження багатьох мовознавців, серед яких варто зазначити таких вчених, як І.В. Андрусак, О.Л. Боярська, В.Г. Гак, Ю.О. Жлуктенко, В.І. Заботкіна, Ю.А. Зацний, К.В. Ковтун, Є.С. Кубрякова, Л.Ф. Омельченко, А.В. Янков та багатьох інших, які зробили вагомий внесок у дослідження різних аспектів цієї багатогранної проблеми, однак інтерес до проблем неології лише зростає.

Такі новотвори показують здатність мови відображати динамічний розвиток суспільства, відтворюючи й закріплюючи ці нові ідеї і поняття, тому мова, зокрема її лексичний запас, безперервно поповнюється новими лексичними одиницями. Неологізми сприймаються як нові слова та поширюються завдяки пресі та іншим засобам мас-медіа, тому що мова миттєво реагує на появу нових реалій, на події глобального масштабу, отож мова мас-медійних засобів багата на такі новотвори.

Актуальність цього дослідження полягає в необхідності розкриття особливостей збагачення словникового складу мови неологізмами на прикладі англійського медійного політичного дискурсу. Об'єктом дослідження слугували лексичні інновації в англійському медійному політичному дискурсі, які виникли впродовж останнього десятиліття, зокрема,

способи творення неологізмів на позначення нових реалій суспільно-політичного життя, що останнім часом ввійшли в активне писемне та усне мовлення під впливом внутрішньомовних та позамовних чинників, їх семантика та функціонування в мові ЗМІ. Добір матеріалу здебільшого здійснено із текстів газет The Guardian, The Times методом суцільного вибирання з друкованих Інтернет видань.

Мета статті полягала в тому, щоб проаналізувати неологізми мови медійного політичного дискурсу, зокрема з'ясувати семантичну і словотвірну структуру нових лексичних одиниць у медійних текстах із метою розкриття особливостей функціонування політичних неологізмів у мові ЗМІ останнього десятиліття.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: 1) відібрати неологізми з матеріалів британських газетних видань «The Guardian», «The Times» та охарактеризувати їх; 2) проаналізувати використання словотворчого потенціалу для задоволення потреб номінацій нового в мас-медійних текстах; 3) дослідити особливості їх функціонування в англомовному медійному політичному дискурсі.

Ціла низка вітчизняних та зарубіжних мовознавців присвятили свої дослідження висвітленню проблеми поповнення словникового складу мови новими лексичними одиницями, які відображають зміни в суспільному житті країни (В.А. Гладка, В.В. Громовенко, О.І. Дзюбіна, Ю.О. Жлуктенко, Ю.А. Зацний, І.О. Клименко, А.Е. Левицький та ін.). Вони однотайні в тому, що саме ЗМІ становлять ту сферу функціонування мови, яка постійно поповнюється новими словами, де найбільш інтенсивно відбувається процес творення лексичних неологізмів, виникнення яких зумовлено соціальною потребою.

Виклад основного матеріалу. Неологізація мови мас-медіа є важливим чинником дієвості медіатекстів, адже журналістський текст зумовлюється і реалізується передусім внутрішніми тенденціями мови, система якої має здатність до постійної розбудови лексичного складу. Будь-які політичні процеси у країні супроводжуються появою нових слів, які функціонують у мас-медійному лексичному просторі. Поява неологізмів зумовлена і внутрішньомовними чинниками, а саме тенденцією до економії мови, прагненням до експресивно-емоційних оцінок, стилістичної виразності тощо.

Неологізація віддзеркалює лексико-семантичні процеси, які відбуваються в мові новітніх мас-медіа політичного спрямування, що свідчить про появу запозичень, які надто швидко адаптуються в сучасній англійській мові. Їхнє інтенсивне використання в новітніх мас-медійних засобах свідчить, на думку дослідника Ю.А. Зацного, «про пошук нових свіжих найменувань, прагнення до точності, об'єктивності, емоційності та експресивності» [2, с. 147]. Він трактує термін неологізм так: «Під неологізмом варто розуміти слова й словосполучення, які носії літературної мови окремого національного варіанта сприймають як нове (за формою або за змістом)» [2, с. 4].

Аналіз мови ЗМІ Великої Британії дає підстави стверджувати, що основними тенденціями є: численна поява неологізмів у мові засобів масової інформації за останні роки для позначення нових реалій, зокрема і в політичному житті країни; активізація словотворення на основі слів іншомовного походження, іншими словами, дериватами, що утворені від запозичених основ, які приживаються у лексичному просторі та функціонують у всіх сферах суспільно-політичного життя [1; 10].

Газетний текст, прикрашений такими словами, сприймається певними колами і групами реципієнтів швидко, активно і емоційно впливає на читача, наприклад, в уривках газетних повідомлень «*Today 20-somethings are often lumped together by the media as the slacker **generation X***», «*Marketers know them and love them as Generation Y or the Echo Boom, a cohort that is more than 50 percent larger than the 45 million strong **Generation X***» [5] можна виокремити неологізм «*Generation X*», який за своєю семантикою означає «*щось незрозуміле*» в очах старшого покоління, яке автор тексту образно називає «*the Echo Boom*», надаючи своїй номінації більшої ефективності та виразності.

Неологізм *cyberbullying* є доволі часто вживаним і зустрічається для опису нової форми булінгу (цькування) – кібербулінгу та його різновидам – кібермобінгу, Інтернет-мобінгу: *Remote learning has decreased **Cyberbullying** but offers more opportunities for online predators to target children* [6].

Журналісти у своїх текстах нерідко вдаються до використання нових слів, які мають більшу смислову ємність і образність порівняно зі вже існуючими лексичними одиницями. Очевидна також оцінна і емоційна маркованість багатьох новоутворень, що дає змогу відображати суб'єктивне ставлення автора до висловлення загалом: *But seriously, **in the not-all-that-often times**, you could **go DAYS** without particularly thinking about politics* [5].

До позитивних моментів активного використання неологізмів у текстах ЗМІ належить і те, що нові слова мають більшу смислову ємність порівняно з оригінальними аналогами в мові, до того ж новації виконують особливу стилістичну роль у тексті (гра слів), як у прикладі: *The White House press secretary, **Kayleigh McEnany**, apparently lived up to her internet-anointed nickname, **KayLIE*** [6].

Попри думку деяких критиків, які піклуються про «чистоту» мови, не варто недооцінювати значення неологізмів для її розвитку. Саме вони розв'язують суперечності, які виникають між наявним лексичним складом мови та новими комунікативними потребами мовців. А це означає, що в мові продовжують з'являтися нові слова, які проходять усі стадії соціалізації і лексикалізації, тобто прийняття їх у суспільстві: *The numbers never added up on that proposition, but it had theological importance to **Brexiters*** [5].

Політичний лексикон переживає своєрідний бум, що пов'язано з останніми політичними подіями як у нашій країні, так і за кордоном. Політичні неологізми інтегруються в політичний дискурс, який постійно розвивається та удосконалюється, перебуваючи разом із мовою в постійному русі. Нові слова відображають політичну реальність, беруть участь у просуванні нових ідей, завдяки активному використанню в засобах масової інформації.

Політичну комунікацію можна зарахувати до сфери зацікавлення політичного дискурс-аналізу, оскільки вивчає процеси політичної дійсності. На підставі аналізу висловлювань політиків дискурс-аналіз розкриває особливості політичної культури та свідомості конкретного соціуму, наприклад: *Debt crisis: In our competitive decadence, we **face eurogeddon and dollargeddon*** [6].

На думку більшості дослідників, дискурс – це реальний вияв мовлення, текст, узятий у подвійному аспекті, мовлення, занурене в життя [4, с. 17], тоді як політичний дискурс – це

сукупність політичних текстів, що циркулюють у межах певного соціуму.

У політичному дискурсі зазвичай виокремлюють три структурні елементи: слово, текст і дискурс [3, с. 10]. Слово є закодованою інформацією, що передає усталений досвід до свого адресата й завжди залежить від контексту, в якому звучить [3, с. 58]. Залежно від обставин слово може набувати різного значення, варіювати власне словникове тлумачення метафорично чи морфологічно, однак значення слова завжди прив'язане до контексту і саме контекст слугує основою для розуміння неологізму, наприклад: *Coronacoaster* (*ups and downs of coronavirus*). *The emotional ups and downs of the coronacoaster have inspired people to follow a variety of coping mechanisms and self-care* [5].

Автор має дбати про те, щоб повідомлення було зрозуміле для адресата, будучи безпосереднім й опосередкованим отримувачем політичного повідомлення, надати кожному слову специфічного звучання, привабливішого для певної групи, що є цільовою аудиторією і це чітко простежується в газетному повідомленні: *Mr Cameron said the June poll was a "once in a lifetime" vote on Britain's EU membership and the British public would not tolerate the idea of a "neverendum": repeated votes on the same subject* [6].

Слова публічного політичного дискурсу допомагають зрозуміти політичні реалії та загальні тенденції розвитку політичної спільноти в межах конкретної ситуації спілкування: *She set out more details of her negotiating hopes in her key speech on Brexit, Frexit, Grexit. What will be with Nexit?* [5].

В англійському політичному лексиконі спостерігається значне неологічне піднесення, спричинене динамікою політичних процесів, при цьому зростає креативність авторів повідомлень: *No money? A Nillionaire? Here is a list of countries by the number of nillionaires* [6].

Творення нових політичних неологізмів є результатом потреб суспільства. Враховуючи той факт, що жодне явище в соціумі, зокрема політичне, не стоїть на місці, ці новоутворені слова відображають усі ці суспільно-політичні зміни, що є чинниками формування нового сприйняття, яке передається насамперед за допомогою неологізмів: *Conservative US supreme court justices suggest Obamacare will be upheld* [5].

Вивчення неологізмів у рамках структурно-семантичного підходу дає змогу описувати нові факти і явища мови й мовлення, досліджувати їх структуру та семантику, способи творення і особливості вживання, класифікувати новоутворені слова, визначати їх місце і роль у системі сучасної англійської мови, а також вивчати їх вплив на мову і ті зміни, що вони зумовлюють. Саме за допомогою цього підходу лінгвістика поповнилася численними неологізмами у сфері політичного дискурсу. Серед лексичних засобів творення політичних неологізмів належить відзначити вживання:

– численних повторів (*Trump's Trumpery lies, political smears*), *Maine GOP Lawmaker Regrets Suggesting That if Abortion Is Legal, Rape Should Be Too (an oldie, but a goodie)* [6];

– риторичних запитань (*Why are people looking up malarkey? Malarkey!* Spikes During Presidential Debate) [5];

– особистих звернень до присутніх слухачів/читачів/глядачів (*So long, farewell, I tweet tweet tweet, goodbye! So First Lady Melania & I will be temporarily moving out so we won't be in way of renovation*) [6].

Впродовж останнього десятиліття можна помітити, що лексико-семантичні зміни в мові ЗМІ відбивають тенденції до економії слів, задля привертання уваги потенціальних читачів. Ними стають аббревіатури, сленги та неологізми, значна частина яких утворена за аналогією вже до наявних у мові форм за типовими структурними моделями. Однак зустрічаються індивідуально авторські новоутворення, які позначаються новизною форми та набувають нового значення в сьогоденнішніх реаліях, наприклад: *Bye-Don: a farewell to the Trump aesthetic. Why doesn't Obama like to schmooze? Obama denied that his apparent standoffishness results from an icy personality* [5].

Не менш важливим підходом до вивчення неологізмів є функціональний підхід, який дає змогу дослідити появу нових лексичних одиниць із позиції вживання їх у конкретній ситуації спілкування, зокрема в певних сферах діяльності, виконуючи певні комунікативні функції.

Функціональний підхід до вивчення неологізмів дає змогу вживати лексичні одиниці в різних ситуаціях спілкування, функціонування в певних сферах діяльності, які забезпечують комунікативний процес та функції, які вони виконують:

– словотворчу – творення нових слів шляхом афіксації, словоскладання, конверсії, телескопії тощо: *Recent figures suggest that up to 1/3 of millennials may never be able to own their own home and have no other option aside from renting property their entire lives* [5];

– номінативну – виникнення нової лексичної одиниці з новою структурою та значенням, іншими словами нової номінативної одиниці, що позначає нове поняття або вже існуюче: *A beat sweetener (source greaser) isn't unethical, but it's a lousy marketing strategy* [5];

– емотивну – внесення стильового забарвлення за допомогою афіксів, зміни конотативної семантики та сфери функціонування. Відмінною особливістю політичних неологізмів є те, що вони несуть певну оцінку події або явища. Залежно від цього розрізняють неологізми з позитивною та негативною конотацією, наприклад: *After gazing and gazing, the property market has identified danger for would-be homeowners: gazing* [6];

– інформативну – потреба в обміні ідеями, думками, фактами для задоволення інформаційних потреб, для пізнання нового, оскільки концептуальна картина світу постійно розвивається та вдосконалюється, а одиниці, що її відображають, зазнають деяких перетворень та набувають нових значень, наприклад: *PM's dog-whistle tactics putting EU citizens at risk. Johnson's dog-whistle comments are putting millions of people in this country at greater risk of hate crimes and abuse* [5];

– волюнтативну, що має на меті викликати реакцію співрозмовника – почуття, емоції. Інколи вона виявляється в наказовості, можливості за допомогою мови примусити співбесідника діяти всупереч його власним переконанням, чинити так, як того бажає мовець, наприклад: *David Cameron: why not drop in for a chaterama while you chillax?* [5];

За семантичними характеристиками лексичні інновації поділяємо на такі лексико-семантичні групи:

1) назви осіб – учасників політичної комунікації (політичних діячів, державних лідерів, пересічних громадян). У цій групі можна виокремити такі різновиди номінацій особи:

– номінації осіб за національною ознакою: *White Supremacists, Cablinasian*.

The data scientist exposing US white supremacists: 'This is how you fight Nazis' [5];

– номінації осіб за приналежністю або прихильністю до певної політичної сили: Trumpist, Trumpian, Conservatars.

Race is the message behind his supporters' legal shenanigans, and a keystone for a Trumpian government in exile [6];

– номінації осіб за характерними ознаками зовнішності або поведінки: news grazers, Covidiots, Tergiversator [6];

Need synonyms for fifth columnist? Here's a tergiversator [5].

– номінації осіб за функціями, які вони виконують у політичній комунікації: EurObserv'ER, Euroseptic, Brexit moaners (doomsters).

Are you fed up with these Brexit whingers and moaners who don't know how the EU works? [5]

– номінації конкретних політичних діячів: Putinist, political prankster-at-large, a historical footnoter-to-be.

Putinist politicians and businessmen have also tried, with notable success, to gain influence abroad through the spread of Putinist-style corruption [6].

– збірні найменування політичних сил або політичних угруповань: Coalition backbenchers.

Although he did not name them, Marles appeared to be referring to Coalition backbenchers including George Christensen, who has accused China of "economic infiltration of our nation" and of committing a "bastard act" by taking trade actions against Australia [5].

2) назви політичних процесів: re-establishing "political normalcy" [6]:

Australians are participants in a live social experiment: how far can we go with reinstating normalcy without inviting the diabolical scenes that have played out elsewhere? [6]

3) назви територій та країн: the Eurosphere [5]:

In the British press attitudes have adopted different degrees of Eurosepticism across the political spectrum (Eurosphere 2013), and could be identified in two main groups, concerned with globalization and sustaining a conservative Europragmatic (or Euroseptic) attitude that supported the status quo [6].

4) назви політичних явищ: the Westfailure system; the BIE (Black Identity Extremism) movement.

According to the charter, all nations have, "to save succeeding generations from the scourge of war," surrendered their sovereign "Westphalian" right to wage war, except in self defence [5].

5) назви нових політичних партій та об'єднань: Bipartisan policy centre.

The Bipartisan Policy Center has been in the arena for more than a decade, fighting for progress on issues that matter to American families [5].

Зі шпальт британських газет останнім часом не сходять слово «Brexit», яке можна почути у всіх політичних новинах Європи та світу. Цей неологізм, утворений злиттям двох англійських основ «Britain» та «exit», що призвів до появи цілої низки новотворів, а саме: Frexit (French+exit), Grexit (Greek+exit), Nexit (the Netherlands+exit) і навіть Scexit (Scottish Brexit). Дуже часто зустрічаються неологізми, утворені за допомогою інших основ, наприклад: Departugal, Italeave, Czechout, Oustria, Finish, Slovakout, Byegium, Latervia: *All the Brexit-like catchphrases if other countries left the EU [5]. Forget Brexit, Quitally is Europe's next worry [6].*

Цікавим є опис виходу Італії з ЄС, де різні автори вдалися до творення неологізмів у своєрідний спосіб. У першому випадку неологізм Italeave, утворено від двох основ Italy+leave (N+V), тоді як у другому випадку словотворчою моделлю слугує V+N (Quit+Italy), і цікаво буде дослідити той факт, котра з них стане більш продуктивною порівняно з іншою в майбутньому, котра з них пройде всі ті стадії, щоб увійти до словника неологізмів.

Неологізм Brexmas (Happy Christmas for Brexiteers) утворено шляхом складання основ, а новоутворене слово Brexiteers містить, окрім основи, ще і суфікс -er, що означає особу-виконавця дії: *It was always lost on Brexiteers – but the EU is fundamentally about peace [5];*

Прізвисько американського президента Трампа привело до появи численних неологізмів, наприклад: trumpescent (Trump+scent) означає щось дороге, але з відсутністю смаку, Trumper, trumpescite та trumpeteer часто позначають прихильників Трампа та його політичної діяльності: *"He's not a Republican, he's a Trumper" [6]*, а неологізм trumpertained використовується для позначення задоволення або насиченості (іноді з негативним підтекстом).

Висновки. Як показали результати дослідження, більшість відібраних для аналізу неологізмів є лексичними щодо належності до певного класу. Більш чисельними групами є неологізми, утворені за допомогою афіксації, основоскладання, скорочення, телескопії, тоді як менш чисельними виявилися неологізми, утворені за допомогою конверсії, аббревіації, акронімії та запозичення. З позиції словотвірного потенціалу переважають індивідуально-авторські новотвори, що свідчить про те, що кожен автор політичної статті намагається використати неологізми для того, щоб привернути увагу реципієнта до повідомлення. Щодо оцінної функції неологізми, необхідно зазначити, що здебільшого новотвори мають негативну конотацію, тому можна припустити, що вони використовуються для надання негативної емоційної оцінки. З тематичного погляду політичні неологізми, як правило, вживаються для надання влучного опису політичній ситуації, певної критики провладної верхівки влади та привертання уваги до глобальних проблем сучасності – тих, які потребують нагального вирішення.

Отже, результати проведеного дослідження дають всі підстави твердити, що більшість неологізмів політичного дискурсу, що слугували вибіркою з газетних друкованих виданнях, належать до класу лексичних новоутворень (47,3%), творяться морфологічним способом (42,3%), зокрема суфіксальним.

З позиції словотворчого потенціалу переважають індивідуально-авторські новотвори (24%) з порівняно низькою частотою вживання (12%) та негативною конотацією (10,3%). Щодо сфери їх застосування, то здебільшого політичні неологізми вживаються для номінації соціально-значущих концептів, а саме: політики (27,6%), влади (18,7%) та глобальних проблем сучасності (25,5%).

Перспектива подальших наукових розвідок полягає в дослідженні лексико-семантичних та структурних особливостей неологізмів у сфері освіти і науки.

Література:

1. Андрусяк І.В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2003. 20 с.
2. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 1998. 431 с.

3. Клименко Л. Продуктивні моделі творення неологізмів. *Вісник Прикарпатського університету. Філологія*. Івано-Франківськ, 2001. Вип. 7. С. 71–78.
4. Левицький А.Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2005. №23. С. 16–21.
5. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international>
6. The Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk/>

Vanivska O., Puha O. The use of neologisms in modern media political discourse

Summary. The article is devoted to the analysis of the language of texts of the British mass media publications in recent years. The essence of political discourse, its defining features and peculiarities of using neologisms in mass media political discourse have been revealed. The article deals with the analysis of modern texts of media political discourse at the lexical level with the help of linguistic research methods which helped to investigate their structure and semantics, methods of creation and peculiarities of usage. The thorough analysis of political neologisms in terms of structure, semantics and functioning has made it possible to identify productive word-forming models of neologisms in the political discourse of modern British media.

The creation of newly-coined political neologisms is the result of the society needs, socio-political changes, so

among the lexical means of creating political neologisms the numerous use of repetitions, rhetorical questions, personal appeals to readers have been noted.

The functional approach to the study of neologisms has made it possible to trace the main functions they perform in the communicative process, particularly, word-forming, nominative, emotional, informative and voluntary.

Semantically, lexical innovations have been divided into lexical-semantic groups to denote the names of persons – participants of political communication, by nationality, affiliation to a particular political force, characteristics of appearance or behavior, the functions they perform in the political communication, groups of political forces or groups, political processes and phenomena.

The study has shown that the most numerous groups are neologisms formed by affixation, composition, reduction, telescoping, while the least numerous group consisted of neologisms formed by conversion, abbreviation, acronym and borrowing. From the point of view of word-forming potential, individual-author innovations with a relatively low frequency of use and negative connotation have predominated. Regarding the scope of their application, political neologisms have been used to nominate socially significant concepts, namely politics, power and current global problems.

Key words: neologism, neology, political discourse, mass media.