

*Грон Ю. Г.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної лінгвістики та перекладу
Черкаського державного технологічного університету*

ТЕЛЕСКОПІЯ ЯК МОДЕЛЬ СЛОВОТВОРУ СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ НЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЯВИЩ COVID-19)

Анотація. У статті розглянуто особливості утворення нових лексичних одиниць у сучасних Інтернет ЗМІ на позначення явищ і понять, пов'язаних із пандемією COVID-19. Інновації розглядаються на тлі медійного контенту, який нині має значний вплив на формування суспільних уявлень і поглядів. Визначено, що ЗМІ можуть сприяти поширенню нових слів, які не тільки активно використовуються носіями мови, а й входять у словниковий запас англійської мови. Визначено, що саме ЗМІ з метою привернути увагу беруть активну участь у словотворчих процесах. Установлено, що серед наявних словотворчих моделей, а саме афіксації, словоскладання, аббревіатури, конверсії, телескопія є досить активною й переважає в сучасному медійному контенті. Такий стан речей пов'язаний із тим, що телескопічні лексеми мають більш експресивний та оказіональний характер, а тому часто використовуються в Інтернет ЗМІ з метою привернути увагу до тієї чи іншої проблеми. Це пояснює той факт, що телескопізми не є узальними мовними одиницями, оскільки мають тимчасовий характер. Англійськомовна Інтернет преса під час локдауну та карантинних заходів висвітлювала повсякденні проблеми суспільства в побуті й ті, що виникали на офіційному рівні, за допомогою дещо незвичайних слів. Тож, як тільки буде вирішено проблему пандемії XXI століття, така лексика втратить свою актуальність. У ході дослідження проаналізовано телескопічні мовні одиниці англійськомовних Інтернет публікацій і встановлено, що вони утворюються в три ключові способи: складання основ, складання частинок основ і гаплогія, тобто накладання частинок основ на звуки попереднього слова. Проаналізувавши найбільш продуктивні способи словотвору в англійськомовних Інтернет ЗМІ на прикладі неологізмів періоду пандемії, установили, що найбільш продуктивним способом є словоскладання, телескопія посідає друге місце серед утворення інновацій англійської мови. Афіксація використовувалася для утворення нових слів набагато менше. Попри те що акроніми й аббревіатури є поширеними в сучасному Інтернет мовленні, у творенні нової лексики для позначення явищ світової пандемії, спричиненої COVID-19, виявилися мало продуктивними. Такі способи словотвору користуються популярністю в соціальних мережах і чат-спілкуванні.

Ключові слова: медіадискурс, телескопія, словотвір, неологізм, гаплог, пандемія.

Постановка проблеми. Особливості сучасного мас-медійного дискурсу дають змогу визначити специфіку репрезентації інформації в певний історичний період часу. Це пояснює той факт, що саме медіадискурс нині активно відображає мовні процеси суспільства, які пов'язані із соціально-економічними,

культурними та політичними подіями. Сучасні мас-медіа можуть не тільки сигналізувати про мовні одиниці, граматичні структури чи конструкції мовної спільноти, а й засвідчити певні уявлення та вподобання тих чи інших членів суспільства [1, с. 220]. Тож утворення нової лексики та її активне застосування починається саме в ЗМІ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми появи нових слів в англійській мові присвячено низку робіт таких дослідників, як К.В. Житнікова, Ю.О. Жлуктенко, В.І. Карабан, С.М. Кришталь, А.Е. Левицький, В.В. Лопатін, О.М. Лотка, Р. Барнхарт, Д. Ейт, А.В. Суханов, С. Таллок, П. Ньюмарк, які здебільшого акцентували свою увагу на лексикографічному аспекті інновацій. Телескопія як різновид словотвору нових лексичних одиниць також постійно перебуває в полі зору науковців, які приділяють увагу вивченню типів телескопічних слів, основних тенденцій утворення тощо. Серед вагомих наукових розвідок варто зазначити праці А.П. Соколенко, Ю.А. Зацного, С.М. Жлуктенко, В.І. Заботкіної та інших.

Актуальність роботи зумовлена загальними сучасними тенденціями в галузі неології, що спрямовані на вивчення способів словотвору. Лінгвістична наука має ґрунтовні дослідження теоретичних аспектів неологізмів. Проте поза увагою залишається ще низка невирішених практичних питань, як-от: їх формація та вживання, що становить актуальність дослідження.

Мета статті – дослідити словотворчі моделі й виявити особливості неологізмів Інтернет ЗМІ, утворених шляхом телескопії.

Об'єктом дослідження слугують англійські неологізми-телескопізми, зафіксовані в сучасних Інтернет ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Засоби масової інформації нині суттєво впливають на суспільство та визначають тенденції в пізнанні навколишнього світу, забезпечують безперервним спілкуванням, обміном інформацією та мають безмежні можливості в маніпуляції свідомістю мас. Медійна лексика не лише має тенденцію входити в активний процес спілкування, а й має здатність змінювати мову сфери масової комунікації. Л.М. Чумак у дисертаційному дослідженні зазначає, «що соціальні параметри мас-медійного дискурсу тісно пов'язані із фактами існування певної мовної системи та носіїв мови. Це пояснює той факт, що спершу з'являється певне явище, що потребує номінації, потрапляє у медійний простір та починає використовуватися носіями мови» [2, с. 59].

Сучасна англійська мова має арсенал словотворчих моделей, що продукують нові слова на позначення нових явищ і понять. Такі способи словотвору включають аббревіацію, афіксацію, словоскладання, телескопію, конверсію. Телескопія не

лише слугує ефективним способом поповнення словникового складу англійської мови, а й допомагає надати додаткового експресивного забарвлення повідомленню [3].

С.М. Єнікєєва зазначає, що «телескопією називають процес, при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів. Утворене слово, тобто телескопічна одиниця, містить у собі сумарне значення обох своїх складників» [4, с. 46]. Телескопічні одиниці можуть утворюватися в три базові способи, а саме сполученням двох цілих слів, які репрезентують явище міжслівного накладення, або гаплогії; сполучення одного цілого слова та фрагменту, тобто «частковий» телескопізм, і сполучення фрагмента з фрагментом, тобто «повні» телескопічні слова [5, с. 13].

Пандемія COVID-19 перетворилася на головне випробування для всього людства, коли світ почав своє існування в зовсім нових умовах. Події останнього часу суттєво змінили інформаційне поле та різко порушили звичайний плін життя багатьох людей, а саме багатьом довелося пристосовуватися до нових реалій існування в умовах карантину. До того ж відбулося збільшення споживання медійної інформації та збільшився так званий «інформаційний шум», тобто повторення й тиражування інформації. ВООЗ часто став послуговуватися терміном «інфодемія», тобто вибухове зростання недостовірної інформації під час спалахів та утруднення отримання чіткої достовірної й корисної інформації в умовах інформаційного шуму [6, с. 6].

З початку пандемії пересічні громадяни призвичаїлися постійно чути такі лексичні одиниці, як «коронавірус», «коронавірусна хвороба» або COVID-19. Це зумовило їх широке розповсюдження за допомогою ЗМІ та перетворило з вузько професійних медичних термінів, що використовувалися виключно фахівцями, на загальнозживані, які, у свою чергу, почали утворювати нові слова й поняття. Нині такі слова можна почути і прочитати не тільки в медичних установах і відповідній літературі, а й у соціальних мережах, друкованих та Інтернет виданнях. Нові слова на позначення пандемії, її наслідків, боротьби з хворобою стали частиною повсякденного життя, а відтак викликали живий інтерес лінгвістів, психологів, економістів та інших фахівців, які присвячують дослідження цим поняттям, а словникові статті фіксують неологізми на позначення COVID-19.

Медіа своєю метою ставили і ставлять передусім завдання доносити інформацію до широкого загалу щодо захисту, симптомів, способів лікування, наслідків цієї хвороби. Проте це не єдиний аспект Інтернет ЗМІ. Важливою стала та інформація, яка висвітлювала безпосередньо поведінку й рішення уряду під час пандемії та реакцію громадян на неї. Нарешті, під час жорсткого локдауну в усьому світі Інтернет ЗМІ намагалися представляти інформацію в іронічному ключі.

Досліджуючи тему нових найменувань для позначення явищ пандемії, виявили дві великі групи неологізмів, що перебувають у постійному мовному обігу в медіа, – це специфічні медичні терміни, які використовуються фахівцями та представниками уряду, і вирази, що створюються журналістами, коли ті висвітлюють певні події, пов'язані із цією хворобою. Виявлено, що перша категорія неологізмів є узальною, тоді як друга, напевно, зникне відразу, коли закінчатся карантинні заходи та карантин.

Таким чином, шляхом суцільної вибірки лексем у кількості 120 одиниць, що позначають нові поняття, пов'язані з пан-

демєю COVID-19, які з'явилися в англійській мові за період початку пандемії, із періодичних Інтернет-видань *CNN*, *BBC*, *Forbes*, *The Economist* виявлено такі види словотвору. Більшість становить словоскладання – 42 одиниці. Наступним способом за кількістю є телескопія – 40 лексем, афіксація нараховує 13 інновацій та аббревіація й акроніми – 14 неологізмів.

Отже, розглянемо приклади телескопії, тобто злиття частинок лексем. Такий різновид словотвору є другим за чисельністю та досить продуктивним у ЗМІ. Це пояснюється тим фактом, що телескопічні одиниці мають експресивне забарвлення й оказіональний характер. Розглянемо приклади гаплогії, тобто накладення звуків однієї лексеми на іншу. За часів пандемії, а саме нокдауну, констатовано зростання випадків розлучень, що отримало назву *covidivorce* від *covid+divorce* (8). Інші поняття, які ілюструють специфічні реалії буття за часів поширення захворювання, – це *quaranteammates* (8), тобто група людей, із якими пересічні громадяни підтримують зв'язок в ізоляції. Закономірно, що лексема *quarantine* стала часткою багатьох неологічних телескопізмів для позначення нових пандемічних реалій під назвою *quarantimes* (8).

Гаджети й додатки, якими вимушені перебувати вдома люди користуються ще більше, ніж раніше, отримали назву *quarantech* (8) від *quarantine+technologies*, поради й тенденції у сферах нового стилю життя, моди, харчування тощо в умовах жорсткого *quarantough* (9), що утворилося від *quarantine+tough* карантину, позначають неологізми *quarantips* (9) від *quarantine+tips* і *quarantrends* (9) від *quarantine+trends*.

Уряди та компанії можуть пропонувати своїм громадянам і працівникам карантинні гарантії на кшталт *quarantees* (9), яке походить від *quarantine+guarantees*, що допоможуть їм пережити важкі часи. У цей час в онлайн-середовищі з'явилася нова категорія користувачів, які отримали назву *quarantrolls* (9) від *quarantine+trolls* (ET Bureau, 2020). *CNN* присвятило одну з публікацій темі *quaranteeming* (9), яке утворилося від *quaranteen + teeming*, тобто об'єднанню груп людей з метою підтримки один одного.

Наступна група – це часткові телескопізми, які утворюються за допомогою лексеми *corona*, *covid*. Передусім родинні й персональні взаємини стали однією з найбільш продуктивних сфер, у яких створена нова «коронавірусна» термінологія. Світова пандемія 2019 стала віхою для новонароджених, яких називають *coron(n)ials* (10) від *coronavirus + millennials*. Такі «коронадіти» є народженими під час світової пандемії 2019.

Більшість населення, яке перейшло в дистанційним режим навчання та праці, використовує такі телескопізми, щоб указати на одноманітні «коронавірусні будні», *blursdays* (10) від *blurred+days*, або *whenday*, *noneday*, *whyday* (10).

За період карантинної ізоляції в пресі з'явилася ще одне цікаве телескопічне нове поняття – це коктейль *quarantine* (9) від *quarantine+martini* (MD). Інший оказіологізм, навпаки, передає почуття суму за часами карантину, *lockstalgalia* від *lockdown+nostalgia* (10).

В інтернет-виданні “*The Economist*” з'явився оказіоналізм *covidiot* (10), від лексем *covid + idiot*, що позначає людину, яка відмовляється дотримуватися загальноприйнятих вимог під час карантину. Варто звернути увагу на те, що ця лексема має інтенсивне емоційне забарвлення й утворилася ситуативно. На противагу їй, в Інтернет виданнях *CNN* і *BBC* почали використовувати інновацію на позначення тих, хто суворо дотримується

карантинних правил і всіх необхідних заходів, на кшталт *covidient* від *coronavirus + obedient: We are all covidients and we will cooperate with the government* (10).

Наступний приклад *covideo* (9), що утворилося від *covid + video*, ілюструє бажання людей до спілкування засобом програм *Zoom, Skype* тощо.

У наступному прикладі британське видання пише про так званий *covexit*, який утворився від *covid + exit* (12), що означає стратегію уряду країни щодо подолання наслідків пандемії та помірною виходу з неї.

За часів коронавірусної пандемії *Zoom* став новою онлайн платформою для багатьох видів діяльності, зокрема освітян, торговельних компаній, різних видів сервісних бізнесів. Це пояснює той факт, що зазначена платформа ввійшла до складу багатьох неологізмів, пов'язаних із її використанням. Наприклад, офісні працівники винайшли спосіб одягатися відповідно до дрес-коду компанії та повсякденно водночас, що отримало назву *Zoomwear* (9). Варто пояснити, що верхня частина тіла, яку видно на екрані, була одягнена в діловому стилі, тоді як нижня, та, яку не видно, могла мати спортивні штани чи інші більш зручні домашні речі. Подібний вираз, тобто синонім, утворено за допомогою словоскладання *body mullet*.

У наступному прикладі у *BBC* новинах прозвучав термін *zoombombing* (9), тобто *zoom + bombing*, що мав значення викрадання персональних даних під час конференцій у додатку *Zoom*.

Інша група неологізмів – це нові поняття, утворені за допомогою афіксації, що є найменш численною порівняно з іншими. Зокрема, неологізми, що вказують на спосіб життя людини до оголошення пандемії, а саме *pre-coronavirus life* (10). У цьому випадку використано префікс *pre*. Поняття *anticoronavirus* (10) містить префікс *anti*, що має заперечне значення. Ще одне нове поняття позначає неймовірно швидкість поширення вірусу, тому в медіа воно отримало назву *super-spreader*. Наступний неологізм має іронічне звучання *coronacation* (10), оскільки позначає вимушену відпустку під час пандемії. За допомогою афіксації утворилася низка інновацій, що пов'язані безпосередньо з медичними правилами дотримання безпечності проживання, пересування, роботи тощо. *Overdistancing* (10) позначає дотримання завеликої дистанції один від одного в черзі. Інший неологізм *contactless* (10) досить часто вживається у ЗМІ на позначення способу контактування. *Self-isolation* (11), *self-quarantine* (11) є найуживанішими неологізмами в мережі та позначають ізоляцію себе від кого-, чого-небудь.

Не менш стилістично забарвленим неологізмом є *anti-maskers* (11), який позначає групу людей, що нехтують правилами карантину та відмовляються носити маски. Зокрема, у мережі є досить популярними статті з такими назвами: *Anti-maskers explain themselves!* (11), *Anti-mask movement: who are they and is one of them you* (11)? Проте цей оказіоналізм також має синонім *face naked* (11).

Медичний неологізм *asymptomatic* уживається для позначення безсимптомного перебігу хвороби й протиставляється терміну «симптоматичний», або той, що має симптоми. Нарешті, оказіоналізм *communicable* (11) уживається для позначення способу передачі хвороби. Підсумовуючи проведений аналіз афіксальних новотворів, установили, що найбільше лексем утворюється або за допомогою префікса або за допомогою суфікса.

Префікс *tele-* ввійшов у структуру багатьох неологізмів і позначав різні види діяльності онлайн, від навчання до

швидкої медичної допомоги, як-от: *telework, tele-medicine, tele-socializing* (11).

Абревіатури й акроніми також широко вживаються в Інтернет публікаціях, проте, усе-таки, більш притаманні соціальним мережам. Абревіатури, пов'язані з коронавірусною хворобою, увійшли в активний словниковий запас англійської мови й здебільшого є медичними термінами, на кшталт *PPE – Personal protective equipment, ARDS – Acute Respiratory Distress Syndrome, CDC – Centres for Disease Control and Prevention, PCR – Polymerase chain reaction* (11) тощо.

Остання група продуктивних способів словотвору для позначення явищ, пов'язаних із пандемією, включає неологізми й оказіоналізми, утворені за допомогою словоскладання. Оказіоналізм *double bubble* (11) з'явився минулого року під час суворих карантинних заходів і позначав можливість двом родинам спілкуватися, аби знизити депресію та почуття самотності. Відповідно, такі оказіоналізми, як *childcare bubble, support bubble* (11), мають те саме значення, проте мова йде про дітей.

Відсутність нормального спілкування, можливості потиснути руки чи обійняти співрозмовника отримала назву *skin hunger* (11). Прикладом гумористичного ставлення до подій карантинного періоду став вислів *lockdown tache* (11), що позначав чоловічі вуса, які виростили на обличчі чоловіка за час, проведений на ізоляції. Ще одним зразком іронічного ставлення є неологізм *revenge spending* (11), значення якого пояснює бажання витратити гроші через Інтернет чи в магазинах у великих кількостях за час карантину, коли всі торговельні точки не працювали.

Наступний приклад указує на період, коли було зачинено кордони майже всіма країнами світу. У зв'язку з цим кілька країн могли між собою утворювати так званий *travel bubble* (11), аби дати можливість своїм громадянам подорожувати без суворих обмежень. Синонімом до цього поняття є *air bridge* (11). Наступний неологізм коронавірусної термінології, *corona corridor* (11), також називає зону, відкриту для здійснення подорожей за умов карантину.

Не менш кумедним і дещо гумористичним видається оказіоналізм *space marshals* (11), що називає суворих співробітників громадських закладів, які стежать за дотриманням карантинних норм.

Висновки. Отже, виконавши дослідження, установили, що новітні поняття і явища, які відображають поточні процеси життя людини, відображаються в неологізмах. Неологізми, що з'явилися внаслідок коронавірусної пандемії, активно утворюються за допомогою телескопії, яка є продуктивним способом словотвору, і становлять 40 мовних одиниць із досліджуваних 120. Установлено, що телескопічний спосіб словотвору є активним у творенні іменників. Телескопічні одиниці користуються широкою популярністю на сторінках газет і журналів завдяки своїй лаконічності й стислості, а також експресивності. Оскільки період боротьби з вірусом ще не завершився, цілком імовірно, що в англійській мові будуть продовжувати з'являтися нові неологізми на позначення явищ COVID-19.

Вивчення телескопії як одного з активних процесів поповнення словникового запасу англійської мови є перспективним для майбутніх лінгвістичних досліджень.

Література:

1. Суська О.О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій мас-медіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини. *Слово. Символ. Текст*. 2006. С. 211–226.

2. Чумак Л.М. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Житомир, 2018. 264 с.
3. Зацний Ю.А., Янков А.В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : англо-український словник. Вінниця, 2008. 360 с.
4. Єнікєєва С.М. Телескопія як основа утворення нових дериваційних засобів англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки»*. 1998. № 1. С. 46–48.
5. Омельченко Л.Ф., Жихарева О.О. Прагматичні характеристики англійських телескопізмів. *Вісник Житомирського державного університету. Випуск 51 «Філологічні науки»*. 2010. С. 12–16.
6. Досвід переживання пандемії COVID-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка : матеріали онлайн-семінарів 23 квітня 2020 року «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 травня 2020 року «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії COVID-19 і карантину» / за наук. ред. М.М. Слюсаревського, Л.А. Найдьонової, О.Л. Вознесенської. Київ, 2020. 121 с.
7. Д'яков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З. . Основи терміноутворення: Семантичні та соціологічні аспекти. Київ, 2000. 218 с.
8. People are ditching their homes and joining their friends to avoid isolation. It's called quaranteaming. *CNN news*. URL: <https://edition.cnn.com/2020/04/17/us/quaranteam-coronavirus-wellness-trnd/index.html>.
9. “Zoombombing” targeted with new version of app. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/business-52392084>.
10. How to Stay Productive if you're WFH because of the Coronavirus. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/williamarruda/2020/03/18/how-to-stay-productive-if-youre-wfh-because-of-the-coronavirus/#1047ae785c59>.
11. Do you speak Corona? A guide to Covid-19 slang. *The Economist*. URL: <https://www.1843magazine.com/upfront/brave-new-word/do-you-speak-corona-a-guide-to-covid19-slang>.

Hron Yu. Blending as a word formation model of modern media discourse (exemplified by the neologisms to denote COVID-19 phenomena)

Summary. The study considers the features of the formation of new lexical units in modern Internet media to denote

phenomena and concepts related to the COVID-19 pandemic. Innovations are considered against the background of media content, which now has a significant impact on the formation of public attitudes and views. It is determined that the media can contribute to the spread of new words that are not only actively used by native speakers, but are also included in the English vocabulary. It is determined that it is the media that actively participate in word-forming processes in order to attract attention. It is established that among the existing word-forming models, namely affixation, word composition, abbreviations, conversions, blending is quite active and prevails in the modern media content. This state of affairs is due to the fact that blends are more expressive and random in nature, and therefore are often used in online media in order to draw attention to a particular problem. This explains the fact that blends are not usual language units, since they are temporary in nature. During the lockdown and quarantine measures, the English Internet press covered everyday problems of the society in everyday life and those that arose at the official level with the help of somewhat unusual words. Therefore, as soon as the problem of the pandemic of the XXI century is solved, such vocabulary will lose its relevance. In the course of the study, the telescopic language units of English internet publications have been analyzed and it was found that they are formed in three key ways: combination of bases, combination of base parts and haplogy, that is, imposing the base particles on the sounds of the previous word. Having analyzed the most productive ways of word formation in English internet media on the example of neologisms of the pandemic period, it is concluded that the most productive way is word formation; blends occupy the second place among the formation of innovations in the English language. Affixation was used to form new words much less often. Despite the fact that acronyms and abbreviations are common in the modern Internet broadcasting, the creation of new vocabulary to denote the phenomena of the global pandemic caused by COVID-19 was rather unproductive. Such methods of word formation are popular in social networks and in chat communication.

Key words: media discourse, blending, word formation, neologism, pandemic.