5. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. Дисертація на отримання наук. ступінь док. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2005. 34 с.
6. Ковалевська А. В. Класифікація слоганів як елементів рекламного тексту. *Одеська лінгвістична школа: координати сучасних пошуків* : колективна монографія. Одеса : Букаєв В.В., 2014. С. 402–408.
7. Коваленко Н. Л. Мовне значення слогану в структурі рекламного тексту: автореф. дис. канд. філ. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Дніпро, 2006. 20 с.
8. Крутоголова О. В. Рекламний слоган з лінгвопрагматичної точки зору [Електронний ресурс]. *Наукові праці. Філологія. Мовознавство*: зб. наук. пр. 2013. Вип. 211. Режим доступу: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/movoznavtvo/2013/223-211-8.pdf. – (13 жовтня 2019 р.).
9. Стасюк Ю. М. Структурно-прагматичні особливості рекламних слоганів (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник КНЛУ. Серія «Філологія»*. Київ, 2004. Вип. 1. С. 111–118.

В .І. Поліщук
Житомирський державний університет
імені Івана Франка
Науковий керівник:
к. ф. н., доц. Савчук І. І.

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Постановка проблеми. Мова та її словниковий склад постійно змінюються, а неологізми показують здатність мови зображувати динамічний розвиток суспільства і одночасно розширювати традиційні межі словотворення. З метою відтворення та закріплення нових понять мова і лексика мають перебудовувати свою структуру, поповнюючись новими компонентами [6: 80]. Тож проблема вивчення неологічної лексики у сучасному медійному дискурсі відноситься до найактуальніших, оскільки будь-яка сфера нашого життя пов’язана з неологізмами, і засоби масової інформації не є виключенням. Мас-медіа відображає саме той словниковий склад мови, який розкриває інновації, вже закріплені у майже у всіх можливих сферах людської діяльності у максимально повному обсязі. Детальний аналіз інноваційних процесів у тексті є головним аспектом, який дозволить нам проаналізувати процес оновлення лексичних одиниць у англомовному мас медійному дискурсі. Звідси, варто зазначити, у який спосіб неологічна лексика пов’язана із тематикою тексту, де ці слова чи словосполучення набуватимуть нового значення.

Аналіз останніх досліджень. Характерною здатністю словника є можливість його нескінченного поповнення [1]. Ці новоутворення є підтвердженням того, що мова віддзеркалює динамічний розвиток людства, методом закріплення нових понять у мові, тому вона безперервно поповнює свій словниковий запас новими лексичними одиницями. Виникнення неологічної лексики безсумнівно є актуальним об'єктом дослідження багатьох вчених, серед яких є: І. В. Андрусняк, Ю. О. Жлуктенко, В. І. Заботкіна та багато інших, які зробили свій внесок задля дослідження неологізмів-запозичень і тим самим збільшили інтерес до вивчення неологізмів по теперішній час. Неологізми утворюються у зв'язку з необхідністю суспільства позначити нове явище або предмет, які утворюються за усталеними традиційними формами слова чи словосполучення. Але якщо неологізм стане усталеним в лексиці, він закріпиться в словниках і втратить статус неологізму [2: 173]. Найбільш поширеним способом розповсюдження неологізмів є засоби масової інформації, які мають незліченну кількість цих новотворів.

Актуальністю даного дослідження є беззаперечна необхідність у вивченні неологізмів у англомовному медійному дискурсі. Об'єктом дослідження виступали лексичні новоутворення у медійному дискурсі сучасної англійської мови. Ціла низка вчених присвятила свої дослідження з метою вивчення неологізмів та функціонування їх у мові. Серед найвідоміших дослідників можна виділити таких: Н. І. Андрійчук, І. П. Гусак, І. С. Короленко, О. А. Стишов та багато інших. Безліч вчених беззаперечно погоджуються в тому, що засоби масової інформації є тією сферою у мові, яка постійно поповнюється неологічною лексикою, виникнення якої зумовлено в найбільшій мірі потребами суспільства. Попри значну кількість існуючих розвідок з питань вживання неологізмів в різних типах дискурсу особливості вживання цієї лексики в англомовному медійному дискурсі ще недостатньо розроблена.

Звідси, **мета** нашого дослідження передбачає детальний аналіз словотворчої та семантичної структури, а також лінгвопрагматичних ознак лексичних інновацій в сучасному англомовному медійному дискурсі. Щоб досягти цієї мети потрібно систематизувати та проаналізувати теоретичні підвалини та трактування поняття терміну «неологізм», а також визначити особливості вживання даної лексики в сучасному англомовному медійному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Неологізація лексичного складу мови є безупинним процесом як в англійській, так і в будь-якій іншій мові. Лексичні інновації є новими словоутвореннями за усталеними традиційними формами слова чи словосполучення, які утворилися в сучасній мові відносно нещодавно і несуть відтінок новизни для носіїв певної мови та мають нові значення в різних сферах діяльності людей та забезпечують організацію комунікативного процесу. Неологізми з'являютья у якості абсолютно нових значень у словах чи словосполучень вже наявних в мові [8].

Безперервний розвиток сучасного світу приносить величезні зміни і вносить істотні модифікації у словниковий склад сучасної англійської мови. Л. Костіна та А. Стеценко пропонують своє визначення неологізму, як «…нове слово (стійке сполучення слів), нове слово за формою, або за змістом та формою» [4]. Як було зазначено відомим лінгвістом Томом Мак Артуром, неологізми утворюються в основному за допомогою словотвірних операцій та переосмисленню сенсу вже існуючих одиниць, за допомогою явищ, таких як: афіксація, словоскладання, конверсія, злиття, скорочення, запозичення та зворотній словотвір [7: 685]. Це спричинено переважно через появу нових культурних зв'язків з іноземними країнами. Комп'ютеризація або диджиталізація також внесла значний внесок у модифікацію словникового складу.

Не менш важливим є використання структурно-семантичного аналізу у сфері вивчення неологізмів в сучасному англомовному медійному дискурсі, який дав змогу виокремити словотвірні моделі, за якими утворюються нові слова, де словотвірною моделлю є типова структура, за якою утворюються неологічні одиниці. Головною метою структурно-семантичного напрямку є опис нових фактів у мові або мовленні, визначення способів утворення та вживання, а також їх структурно-семантична характеристика.

Неологізми в сучасному англомовному медійному дискурсі поділяються на дві основні групи: комбіновані та некомбіновані. Згідно з комбінованими моделями, сенс яких полягає у поєднанні відмінних або спільних елементів з метою утворення нових лексем. Комбіновані моделі поділяються на гомо- та гетерогенні [5: 3-4]. Комбіновані гомогенні моделі об'єднують генетично подібні елементи та їх способи словотворення. Найпродуктивнішою моделлю є «Словоскладання + Афіксація». Комбіновані гетерогенні моделі в свою чергу є поєднанням неспоріднених елементів з метою утворення нових лексичних одиниць. Найбільш вживаною некомбінованою гетерогенною моделлю є «Скорочення + Афіксація». Некомбіновані моделі утворюють похідні слова простими методами словоутворення, твірна основа просто поєднується з будь-яким словотворчим засобом. Найрозповсюдженішими прикладами є утворення моделей способами словоскладання та додаванням афіксів.

Впродовж свого існування неологізми проходять низку стадій, а саме:

1. Виникнення неологічної одиниці, яка відноситься до пасивної і вже використовується малою групою людей у розмовному стилі;
2. Поширення неологічних одиниць в мас-медіа;
3. Поступова лексикалізація, тобто висвітлення та пояснення специфіки щодо використання неологізмів в певному контексті;
4. Закріплення нової лексичної одиниці в словниках з неологізмами;
5. Затвердження неологізму в загальновживаному лексичному складі [6: 80].

Важливо також зазначити, що неологізми зазвичай позначають не лише слова з абсолютно новим значенням, а й існуючі лексичні одиниці, які набувають нових значень [3: 18].

Неологізми з'являються майже у всіх сферах нашого життя, вони поповнюються в англійській мові як за допомогою запозичень, так і використовуючи засоби вже наявні в мові, але значення яких потрібно розуміти, щоб здійснити їх адекватний переклад.

Висновки. Підбиваючи підсумки можна сказати, що неологізми – це слова, які є абсолютно новими лексичними одиницями для кожного історичного періоду. Такі слова ще не увійшли в активний словниковий запас, тому можуть бути незрозумілими. Слово може бути неологізмом на дуже короткий час, поки його не почнуть часто вживати й воно не стане загальновживаним. Неологізми є свідченням постійного розвитку англійської мови. Поступово люди створюють нові слова або словосполучення, які виражають поняття та ідеї, яких раніше не існувало або які позначалися іншим чином. Лексичний склад мови збагачується новими словами в медійній сфері, які потребують подальшого вивчення.

Перспективами наукового дослідження з обраної проблематики вважаємо дослідження способів утворення неологізмів та окреслення їхнього функціонування у сучасному англомовному медійному дискурсі.

Список використаних джерел та літератури

1. Андрусяк І. В. Англійські неологізми кінця 20 століття як складова мовної картини світу : автореф.. Київ, 2003. 20 с.
2. Гладка В. А. Поняття "неологізм" у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. *Наукові записки. Сер.: Філологія*. Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича. 2009. Вип. 11. С. 170–177.
3. Дзюбіна О. І. Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови в сфері інтернет-комунікації. *Записки з романо-германської філології*. 2014. Вип. 2 (33). С. 17–23.
4. Костіна Л.С., Стеценко А.М. Стилістичні особливості американського комп'ютерного сленгу. Криворізький технічний університет. URL: http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/2_kostina%20l.s..doc.htm (дата звернення: 26.10.2022).
5. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття : структурний і лінгвопрагматичний аспекти : дис. Київ, 2018. 269 с.
6. Шутова М.О. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛ. Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2010. Випуск 21. С. 79–85.
7. The Oxford Companion to the English Language: edited by Tom McArthur. New York: Oxford University Press, 1992. 1184 p.
8. Merriam Webster Dictionary. URL: https://www.merriamwebster.com/dictionary/neologism (Last assessed: 26.10.2022).