

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ІВАНА ФРАНКА

ЧУМАК ЛЮДМИЛА МИКОЛАЇВНА

**ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ
ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: СТРУКТУРНИЙ І
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ**
монографія

Житомир 2026

УДК 811.111'373.43 : 070 : 81'42

ББК 81.432.1-3 + 76.01

Ч-86

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Житомирського державного університету імені Івана Франка
(протокол №19 від 28.08.2026)*

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Славова Людмила Леонардівна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри теорії і практики перекладу з англійської мови Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Зуєнко Марина Олексіївна, доктор філологічних наук, професор кафедри англійської та німецької філології Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка;

Василина Катерина Миколаївна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології та лінгводидактики Запорізького національного університету.

Ч-86 Чумак Л. М. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти : монографія. Житомир : [ЖДУ], 2026. [219] с.

ISBN 978-966-485-341-2

У монографії здійснено комплексне дослідження лексичних інновацій в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття. На основі поєднання структурного та лінгвопрагматичного підходів виокремлено й типізовано основні моделі словотвірної деривації (афіксацію, словоскладання, телескопію) та різноманітні моделі скорочення (аббревіацію, еліптизацію, креолізовані інновації). Особливу увагу приділено функціональному аспекту нових лексем та їхній ролі в реалізації ключових медійних стратегій: привернення уваги, інформування, оцінювання та апеляції до потреб аудиторії. Обґрунтовано кількісний та тематичний розподіл неолексем відповідно до референтних сфер сучасного суспільного буття.

Видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів і студентів філологічних спеціальностей, а також фахівців у галузі медіалінгвістики, прагмалінгвістики та прикладної лінгвістики

УДК 811.111'373.43 : 070 : 81'42

ББК 81.432.1-3 + 76.01

ISBN 978-966-485-341-2

© ЖДУ ім. І.Франка, 2026

ЗМІСТ

Передмова	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ	7
1.1. Інновація як результат процесу неологізації	7
1.1.1. Принципи визначення мовних інновацій	8
1.1.2. Типологія англомовних лексичних інновацій	11
1.2. Англомовні лексичні інновації: структурний аспект	14
1.2.1. Словотвірна модель як схема утворення лексичних інновацій	17
1.2.2. Підходи до виокремлення моделей утворення лексичних інновацій	22
1.3. Англомовні лексичні інновації: прагматичний аспект	35
1.4. Англомовний медійний дискурс як джерело поповнення словникового складу мови	36
1.4.1. Медійний дискурс – створена засобами масової комунікації реальність	39
1.4.2. Роль лексичних інновацій в організації медійного дискурсу	42
Висновки до Розділу 1	47
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРНОГО ТА ЛІНГВОПРАГМАТИЧНОГО АСПЕКТІВ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ	49
2.1. Класифікаційний етап	50
2.2. Моделювання словотвірної деривації	53
2.2.1. Структурне визначення моделей словотвірної деривації	53
2.2.2. Семантичне позначення референтів	56
2.3. Лінгвопрагматичний аналіз лексичних інновацій	60
2.4. Кількісний розподіл лексичних інновацій у сучасному	63

англомовному медійному дискурсі	
Висновки до Розділу 2	66
РОЗДІЛ 3. МОДЕЛІ СЛОВОТВІРНОЇ ДЕРИВАЦІЇ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ	68
3.1. Продуктивні морфологічні моделі творення лексичних інновацій	69
3.1.1. Афіксація	69
3.1.1.1. Суфіксація	69
3.1.1.2. Префіксація	73
3.1.2. Словоскладання	78
3.1.3. Телескопія	85
3.2. Моделі скорочення як спосіб творення лексичних інновацій	89
3.2.1. Абревіація	89
3.2.2. Ініціальне скорочення	93
3.2.3. Акронімізація	95
3.2.4. Усічення	100
3.2.5. Креолізація	103
3.2.6. Еліптизація	106
3.3. Типові комбіновані моделі продукування лексичних інновацій	109
3.3.1. Гомогенні моделі	109
3.3.1.1. Модель "Словоскладання + Афіксація"	109
3.3.1.2. Модель "Телескопія + Словоскладання"	113
3.3.1.3. Модель "Телескопія + Афіксація"	115
3.3.1.4. Модель "Афіксація + Афіксація"	118
3.3.2. Гетерогенні моделі	123
3.3.2.1. Модель "Скорочення + Афіксація"	123
3.3.2.2. Модель "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання"	126
Висновки до Розділу 3	131

РОЗДІЛ 4. РОЛЬ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ У ТАКТИКО-СТРАТЕГІЧНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ	137
4.1. Стратегія привернення уваги: тактики залучення лексичних інновацій	138
4.1.1. Тактика позиційного розміщення лексичних інновацій	139
4.1.2. Тактика пояснення явища, представленого лексичною інновацією	142
4.2. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія залучення лексичних інновацій	150
4.2.1. Тактика інформування	151
4.2.2. Тактика апеляції до авторитетів	154
4.3. Стратегія оцінки: тактики залучення лексичних інновацій	156
4.3.1. Тактика формування позитивної оцінки	157
4.3.2. Тактика формування негативної оцінки	160
4.4. Стратегія апеляції до потреб: тактики залучення лексичних інновацій	163
4.4.1. Тактика апеляції до потреб існування індивіда	164
4.4.2. Тактика апеляції до самоактуалізації та чуттєвого задоволення	169
Висновки до Розділу 4	176
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	179
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	184
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	206
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	209
ДОДАТКИ	216

ПЕРЕДМОВА

Сучасний медіапростір розвивається надзвичайно динамічно, щомиті породжуючи нові суспільні явища, які потребують негайного вербального оформлення. Ця монографія є своєчасною науковою відповіддю на потребу глибокого осмислення того, як саме мова адаптується до цих стрімких змін. У фокусі уваги цієї праці — лексичні інновації, що використовуються в англомовному медіадискурсі початку XXI століття.

Дослідження органічно поєднує структурний та лінгвопрагматичний підходи, спираючись на потужні традиції когнітивної та структурної лінгвістики. Це дозволило не просто зафіксувати появу нових слів, а й детально дослідити їхню семантичну структуру за допомогою словникових, лексикографічних та компонентних аналізів. У роботі виокремлено, класифіковано та схарактеризовано конкретні словотвірні моделі інновацій. Читач знайде тут вичерпний аналіз як некомбінованих моделей (зокрема, високопродуктивних морфологічних способів та скорочень), так і комбінованих (гомогенетних та гетерогенетних), що відображають технологічний та соціальний розвиток сучасного суспільства.

Наукова новизна монографії полягає у розкритті механізмів того, як саме ці неологізми організують медіадискурс. У книзі детально розглядається здатність лексичних інновацій реалізовувати низку комунікативних стратегій: привернення уваги аудиторії, інформативно-інтерпретативну та оцінну стратегії, а також розгалужену стратегію апеляції до потреб читача (від екзистенційних до потреб у самоактуалізації).

Окрім вагомого теоретичного підґрунтя, ця робота має чітко виражене прикладне спрямування. Практична значущість результатів дозволяє ефективно використовувати матеріали монографії під час викладання курсів з лексикології англійської мови (розділи «Словотвір», «Семантика», «Словниковий склад»), стилістики (розділ «Функціональні стилі»), а також під час розробки спецкурсів з прагмалінгвістики, неології та медіалінгвістики. Окрім того, книга стане надійним інструментом у фаховій

мовній підготовці журналістів та майбутніх фахівців з прикладної лінгвістики.

Підготовлена та апробована в академічному середовищі Житомирського державного університету імені Івана Франка, ця монографія відображає високі стандарти сучасного наукового пошуку. Сподіваємося, що праця стане корисним і надихаючим джерелом для дослідників, викладачів, студентів і всіх, хто прагне зрозуміти глибинні процеси мовної репрезентації реальності в епоху глобальних трансформацій.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ

У сучасній лінгвістиці існує первинна позиція щодо розподілу всіх лексичних інновацій на дві групи: інновації мови та інновації мовлення [28; 58; 67; 72; 84; 86; 213]. До першої групи належать неологізми, які виникли зовсім недавно або вже існували й набули актуальності, але ще не увійшли до активного словникового складу мови. До другої – створені авторами okazionalizmi, які не набувають поширення, не входять у мову.

З-поміж основних джерел поповнення словникового фонду сучасної англійської мови власномовні ресурси вважають найбільш активними: у неологічній лексиці переважають лексичні інновації, утворені відповідно до актуальних способів словотворення.

1.1 Інновація як результат процесу неологізації

Термін *інновація* мовознавці трактують як поняття, що виражає загальну сутність будь-якого нового явища в мові незалежно від його походження, формальних, семантичних або функціональних характеристик [216, с. 9; 256]. Сучасний етап [52; 58, с. 3; 96] розвитку лінгвістики визначається орієнтацією на дослідження процесів розвитку мови, що найбільш активно здійснюється в царині лексики, оскільки лексика миттєво реагує на всі зміни реальності – узаконює їх чи відкидає. Лексичні інновації утворюються в результаті процесу неологізації, що відображає загальний поступальний рух мови.

Лексичні інновації відображають не лише динамічну появу нових сфер дійсності та життя людини англомовними одиницями номінації, оновлення лексичних та словотворчих ресурсів мови, їхній семантико-функціональний

розподіл, але й прагматичну спрямованість комунікації в усній та писемній формах [13; 84].

1.1.1 Принципи визначення мовних інновацій. Усі визначення поняття *інновація* (від лат. *povatio* – оновлення), яке нині набуло універсального характеру, спираються на положення, що процес утворення, освоєння та поширення чогось нового є результатом інтелектуальної діяльності з упровадження в життя наукових відкриттів, винаходів, раціоналізаторських пропозицій; перетворення в економічній, технічній, соціальній та інших сферах, пов'язані з новими ідеями, винаходами, відкриттями тощо [218; 219; 220].

У сучасній англістиці вчені використовують поняття *інновація* як родові, що охоплює арсенал видових понять, зокрема *потенціалізм*, *оказіоналізм*, *неологізм*, які пов'язані з процесом словникового поповнення мови [3; 28; 68].

Основними ознаками, якими користуються лінгвісти для зіставлення та розмежування виокремлених груп інновацій, є: 1) належність до мовлення; 2) творчий, індивідуальний характер створення лексичної одиниці; 3) синхронно-діахронна дифузність (спочатку новоутворення – втілення зв'язку між синхронією та діахронією: слово є синхронним через словотвірні, семантичні та граматичні зв'язки; діахронним – як абсолютно мовленнєвий факт може вживатись і в інших мовленнєвих актах); 4) словотвірна похідність (новоутворення є результатом відносно вільної комбінації щонайменше двох словотвірних морфем); 5) первісна одноразовість; 6) залежність від контексту; 7) новизна лексичного значення; 8) експресивність; 9) номінативна факультативність (слова сприймаються, переважно, в їх класичних значеннях) [3; 13; 29; 35; 49; 68; 77; 105; 113].

Термінологічно *потенціалізми* визначають як слова, які створено, але ще не закріплено традицією слововживання, оскільки потенційність означає можливість виникнення мовленнєвого факту, заданого системою мови. На

відміну від okazіоналізмів, вони є нормативними одиницями без стилістичного маркування [35, с. 105]. Потенціалізми виникають спонтанно в процесі мовленнєвого акту за актуальними способами словотворення [68, с. 21], що відрізняє їх від okazіоналізмів, які, зі свого боку, хоча й утворюються за словотвірними моделями, однак із порушенням закономірностей сполучуваності та сумісності безпосередніх складників.

Наприклад, нові лексичні одиниці *pen-user*, *pencil-user*, що іменують людей, які надають перевагу ручці чи олівцю, вважають потенційними словами. Утворені за словотвірною моделлю, як у наведеному прикладі $N + N\text{-}er$, новотвори такого типу "унаочнюють реалізацію словотвірного потенціалу твірного слова" [40, с. 331].

Потенційні слова є зрозумілими поза контекстом завдяки семантичній прозорості складових частин, відсутності ідеоматичності та встановленню значення цілого в слові через значення його компонентів. Їх можуть створювати будь-які носії мови, оскільки потенційними словами нерідко позначається те, що не має стандартної назви, або те регулярне позначення, яке не може одразу згадатися [209, с. 12].

Та, попри те, потенційні слова мають одноразовий характер, оскільки із самого початку перебіг їхнього розвитку невідомий (стануть вони фактом мови чи все ж таки залишиться фактом мовлення, буде відомо лише з часом).

Іншим видом інновації, що широко використовується в лінгвістичній літературі, є *оказіоналізми*. Оказіональні слова створюються творчо, тому супроводжуються авторськими поясненнями. Виникнення okazіональних слів – це майже завжди акт свідомого мовленнєвого новаторства. Такі слова виникають під впливом контексту, ситуації, спілкування для здійснення якогось актуального комунікативного завдання, переважно, для передавання змісту, необхідного для конкретного випадку [113, с. 196].

У лексикології okazіональним називають будь-яке слово, що не відповідає узусу, незалежно від характеру його структури, значення якого "стає зрозумілим звичайно в умовах контексту" [218, с. 294]. Це слово може

бути похідним або непохідним, власномовним або запозиченим і відповідати, в основному, морфологічним, словотвірним та синтаксичним моделям. Воно характеризується не своєю новизною, а більше незвичайністю, оскільки з часом новизна зникає, а незвичайність залишається.

Основною властивістю okazіonalізму є його принципова одноразовість. По-перше, виникає таке слово для негайного позначення почуттів, емоцій, переживань (особливо серед прикметників); по-друге, okazіonalісні утворення громіздкі, тобто це – компресиви; по-третє, вони описують ті явища, які не існують у реальному житті; по-четверте, мають віршовану риму з орфографічними невідповідностями; по-п'яте, характерною для них є гра слів у межах певного контексту [113, с. 196].

Проте, відображаючи саме потенційні можливості мовної системи, okazіonalісне слово може бути багаторазово використаним. З утратою ознаки одноразовості okazіonalізм перетворюється в неологізм у результаті його фіксації словником або з позначенням якогось прийнятого суспільством явища життя з конкретним значенням, закріпленням тільки за ним. З частотою повторення інновації в слові розкриваються так звані синхронно-функціональні, синтаксичні та парадигматичні зв'язки [68, с. 21], які сприяють перетворенню okazіonalізму в узуальне слово.

Щодо індивідуальної належності, то для okazіonalізму авторство є принциповою умовою, оскільки таке слово з'являється в мові індивіда, воно не існує без автора та, відповідно, мовленнєвого контексту. Але з часом, із розширенням сфери його вжитку авторство втрачає свою значущість, слово набуває статусу факту мови та стає неологізмом, для якого творець уже не є принципово важливою ознакою. Отже, за параметром належності неологізми відрізняються від okazіonalізмів соціальною спрямованістю [35, с. 106].

Неологізми визначають як слова (словосполучення), що відображають зміни навколишньої дійсності, або слова (словосполучення), які відповідають потребам комунікації і сприймаються носіями літературної мови окремого національного варіанта як нові (за формою або/і змістом) [49, с. 9; 69, с. 12].

Неологізми як "загальномовні" інновації стають фактами мови тільки після багаторазового відтворення, поширення та закріплення в узусі [13, с. 165].

З часом відчуття новизни зникає і неологізм стає узуальною одиницею, що пов'язана з процесами стандартизації найменування. Для щойно названого предмета, нового явища спочатку може існувати декілька найменувань-конкурентів, кожне з яких відображає, відповідно, різні ознаки нового об'єкта. У таких випадках з'являються синоніми [67, с. 11]. З узуалізацією нове найменування набуває звичної форми і, стаючи одиницею словникового складу, кількість okazіональних нових найменувань-конкурентів зменшується. Деякі неологізми досить швидко виходять з ужитку, переходячи в клас застарілих слів.

Способами утворення неологізмів є креація, деривація різних типів (морфологічна й неморфологічна), калькування, запозичення, актуалізація застарілих слів або одиниць різних терміносистем, жаргонів, аргі [49, с. 3; 54 с. 190; 202].

Отже, інновація як більш широке поняття, що безпосередньо пов'язане з процесом неологізації англомовної лексики новими одиницями, включає такі його види: потенційне слово, okazіональне слово, неологізм. Відмінність між цими основними видами інновацій у лінгвістичній літературі визначається належністю потенційних та okazіональних слів до фактів мовлення, а неологізмів – до явищ мови, а також таких ознак, як індивідуальна та соціальна належність, первісна одноразовість і можливість багаторазового використання, контекстуальна залежність та відсутність тісного зв'язку з контекстом, ненормативність та нормативність творення таких одиниць відповідно. Неологізми, у рамках яких ми розглядаємо лексичні інновації, є одним зі шляхів розвитку сучасного англомовного лексикону.

1.1.2 Типологія англомовних лексичних інновацій. У мовознавстві відповідно до системи спільних ознак дослідники пропонують класифікації лексичних інновацій [25; 58; 67; 213].

За основу одного з таких розподілів узято *ознаку виду мовної одиниці* [213]. За способом уведення до мови нові слова поділяють на лексичні (новоутворення або запозичення), семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або нові семантичні варіанти сталих словосполучень) та фразеологічні (нові сталі словосполучення).

За класифікацією за *ознакою ступеня новизни мовної одиниці* інновації поділяють на сильні (абсолютні) та слабкі (відносні) [51]. Відповідно до цієї класифікації до сильних належать інновації, абсолютна новизна яких відчувається через незвичну форму, або незрозуміле значення. При цьому наявний у мовознавчій науці критерій новизни має часові обмеження в 10 – 25 років із моменту виникнення неологізму щодо сучасного періоду мови [50]. Відповідно, до слабких інновацій відносять відомі раніше слова, що вживаються в новому значенні. Це так звані зовнішні та внутрішні запозичення [51].

У класифікації за *ознакою способу номінації* розрізняють новоутворені слова, значення, сполучення слів, зовнішні та внутрішні запозичення [213].

Ознака способу утворення передбачає виокремлення основних шляхів творення інновації, зокрема через словникове та семантичне розширення [215; 47; 53]. За цією класифікацією інновації представлені запозиченими, словотвірними та семантичними одиницями, а також фонологічні неологізми – унікальні конфігурації звуків, що можуть сполучатися з морфемами грецького або латинського походження [30], утворюючи лексичні інновації способом звуконаслідування.

Запозичення розглядають як іншомовні готові лексеми або фраземи, форма та значення яких переноситься із зовнішнього джерела. Такі одиниці беруть участь у процесах англомовного словотворення: виступають новими словотвірними елементами, спричиняють формування словотвірних моделей, надають семантичного значення інноваціям [36, с. 34].

Словотвірні інновації – це нові слова, утворені за словотвірними моделями на основі наявних слів та елементів. Дослідники виокремлюють

регулярні та менш регулярні англомовні словотвірні моделі [12, с. 39; 146 с. 85], відносячи до перших афіксацію, конверсію та словоскладання, а скорочення та лексикалізацію до другої групи відповідно.

Семантичні інновації є новими значеннями, що додаються до наявних у мові, проте дещо переосмислених лексичних одиниць.

За ознакою стилістичного маркування інновації представлені абсолютними (оригінальними), літературними та стилістичними одиницями [92, с. 243]. Утворені абсолютні (оригінальні) інновації за допомогою невідомих в англійській мові елементів (окрім графем та фонем) є нечисленними. Літературні інновації мають свого автора, відповідний контекст та використовуються для створення додаткової образності художньому тексту. Слова та словосполучення розмовної лексики, утворення та вживання яких справляють ефект виразності, відомі як стилістичні інновації.

З одного боку, лексичні інновації виявляють різні джерела й *систему способів (механізмів)* оновлення англійської мови, тенденції розвитку її словникового складу, а з іншого – засвідчують специфіку власне англійських мовних явищ. Широкий спектр нової лексики подають передусім видання засобів масової інформації, що найоперативніше відображають найновітніші зміни сучасного англомовного суспільства, а також художня література та публіцистика [115, с. 4].

Утворення лексичних інновацій відбувається в результаті процесів словотворення власномовними одиницями та запозичення з інших мов за законом аналогії, суть якої полягає в тому, що слово, як деривативне ціле морфологічного та семантичного характеру, складається з певних засобів та механізмів його утворення [27 с. 101; 48 с. 58].

Такі слова відображають не лише динамічну появу нових сфер дійсності та життя людини одиницями номінації, але й демонструють оновлення лексичних та словотворчих ресурсів мови, їхній семантико-

функціональний розподіл, а також прагматичну спрямованість комунікації в усній та писемній формах [84, с. 32].

Лексичні інновації в сучасних дослідженнях проаналізовано в різних аспектах: лексикологічному, функціонально-стилістичному, ономазіологічному, словотвірному. У нашій роботі розглядаємо лише лексичні інновації, які утворюються за моделями словотвірної деривації. Такі одиниці характеризуються наявністю загального категоріального значення, певною структурною будовою, структурно-смысловими зв'язками між елементами та словотворчими значеннями, що охоплюють основу лексичних інновацій певного словотвірного ряду.

Отже, дослідники в галузі неології виокремлюють різні ознаки інновацій, що й дають змогу їх типологізувати. За ознакою виду мовної одиниці інновації представлені лексичними, семантичними, фразеологічними. За ознакою ступеня новизни мовної одиниці виокремлюють сильні та слабкі інновації. Ознака способу номінації розрізняє новоутворені слова, значення, сполучення слів, зовнішні та внутрішні запозичення. Ознака способу утворення виокремлює запозичення, словотвірні та семантичні інновації. За ознакою стилістичного маркування інновації поділяють на абсолютні, літературні та стилістичні.

1.2 Англomовні лексичні інновації: структурний аспект

Аналіз формально-семантичної й комунікативно-прагматичної мовної структури англomовних лексичних інновацій підтверджує провідну роль словотворення в сучасній англійській номінації.

Згідно з теорією словотворення, лексичні інновації, утворені за моделями словотвірної деривації, досліджують у рамках онтологічного напрямку, що вивчає прояви буття, тому значення лексичних інновацій співвідносяться з уже усталеними в мові уявленнями про онтологічні типи референтів (предмет, дія, ознака тощо) [33, с. 140].

Відповідно до словотвірного аспекту аналізу лексичних інновацій дослідники виділяють структурний (морфологічний) [15; 78; 146] та структурно-семантичний (описово-класифікаційний) підходи [6; 32; 57; 70; 146; 203].

Суть структурного підходу до вивчення лексичних інновацій полягає у співвідношенні форми та змісту та пов'язана з процедурою визначення особливостей організації будови сучасних англомовних лексичних одиниць. Дослідження лексичних інновацій ґрунтується на аналізі морфологічних характеристик складників нових слів як частин мови та способів словотвору. Зміни в словотвірній нормі сучасної англійської мови виявляються на рівні як окремих словотвірних моделей, за якими утворюються лексичні інновації, так і на рівні структурних об'єднань, до складу яких вони входять. Зміни в словотвірному рівні мови ведуть до структурних змін лексичного складу мови [14; 34].

У словотвірному аспекті аналіз лексичних інновацій сучасної англійської мови демонструє величезні резервні можливості словотвірної системи. Для вивчення словотвірної структури англомовних лексичних інновацій у роботі використовуємо методику компонентного аналізу та методику безпосередніх складників.

Наразі структурний підхід дослідження лексичних інновацій, що зосереджує увагу на складових та комбінаторних можливостях морфем, вважають найкращим методом виявлення будови слова, який уможливорює чітке виокремлення елементів-конституентів лексем [150; 199; 201]. Система прийомів дослідження лексичних одиниць від форми до змісту встановлює морфологічні характеристики складників похідного слова як частин мови та способи словотворення, а саме: афіксацію, словоскладання, телескопійну деривацію, скорочення тощо.

Шлях дослідження інновацій від змісту до форми пов'язаний із вивченням структури лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, та визначенням семантики похідних основ [72; 93;

102]. Дослідження лексичних інновацій у руслі такого підходу пов'язане з визначенням структурних моделей, способів, механізмів творення лексичних одиниць на підставі спільності як їхньої матеріальної форми, так і семантичного компонента.

Мовознавці також зосередили увагу на дослідженнях співвідношення морфемного (посегментного) та словотвірного (дериваційного) аналізу лексичних одиниць [15; 73, с. 283]. У процесі такого аналізу розглядають похідність лексем, їхню морфемну структуру та виходять із того, що кожна лексична одиниця має своє відповідне семантичне наповнення, що, зі свого боку, характеризується складною внутрішньою формою [110, с. 47].

Цей напрям дослідження передбачає аналіз мовних механізмів утворення лексичних інновацій, серед яких виокремлюють: заміну порядку розташування елементів та заміну одних елементів іншими, збільшення форми мовної одиниці завдяки введенню нового структурного компонента або ж зменшення форми через опущення компонента. Аналіз таких процедур у процесі словотворення використовують у визначенні словотворчих взаємозв'язків між твірним та похідним та під час перевірки вмотивованості некореневих слів [55, с. 20–38; 183, с. 92–97; 184, с. 13–35].

У зв'язку з розумінням мови "як діяльнісного, цілеспрямованого, живого організму, представленого численними мовленнєвими продуктами у відповідних актах комунікації" [108, с. 31], у лінгвістиці з'являються поняття *вмотивованості похідного слова* як його "структурно-семантична властивість, що сприяє усвідомленню зв'язку значення і звукової оболонки слова на основі його лексичної і структурної співвіднесеності" [59] і *виведення словотвірного значення* як "значення словотвірної моделі" [40]. Такий дослідницький підхід ґрунтується на положеннях лінгвістичного функціоналізму, функціональної дериватології, що представлено в працях як українських [3; 23; 44; 59], так і зарубіжних учених [157; 171].

З огляду на те, що найхарактернішою ознакою похідного слова є *вмотивованість* (семантична співвіднесеність між твірним і похідним) [72;

84; 89], то й значення похідного слова зумовлюється значенням твірного. Умотивованість похідного слова і словотвірне значення розглядають у як в українській [89; 107], так і зарубіжній лінгвістичній літературі [178; 186; 192; 210].

Отже, структурний підхід до дослідження лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, розглядають у лінгвістичній літературі як словотвірний аналіз моделей словотвірної деривації, створення яких є усвідомленим процесом залучення словотворчих морфем як виразників конкретних значень, що водночас виконують класифікаційну функцію. Структурний аналіз лексичних інновацій дає змогу ідентифікувати модель словотвірної деривації та передбачити не лише семантичну структуру конкретної інновації, але й динаміку семантичних структур цілої низки лексичних інновацій.

1.2.1 Словотвірна модель як схема утворення лексичних інновацій. Невпинне накопичення інформації про світ веде до ускладнення механізмів та шляхів зображення об'єктивної дійсності. Тлумачення дійсності за допомогою мови відображається в знаковій структурі мовних одиниць, які беруть участь у її моделюванні та репрезентації.

Як науковий прийом *моделювання* полягає в схематичному відтворенні об'єкта, який не піддається безпосередньому спостереженню або є дуже складним [45] з метою, замість прихованих, вивчати ті властивості моделі, що вже задані в явному вигляді, і поширити на об'єкти всі ті закони, які виведені для моделі [146].

У лінгвістичному плані *моделювання* постає не просто як віддзеркалення, а як своєрідна інтерпретація подій дійсності за допомогою мовного знака [24] і ґрунтується на встановленні однозначної відповідності кожного елемента моделі тому елементу, що належить до об'єкта, та на схожості законів зв'язку елементів моделі та об'єкта [146]. Онтологічною

передумовою прийому порівняння є реальна подібність чи відмінність об'єктів [12], елементів моделі, що становить основну умову моделювання.

Проте в загальному визначенні моделювання, поряд з онтологічною, слід урахувати й гносеологічну умову, що надає моделі "об'єктивності" та "образності". Виникнення нових об'єктів і явищ дійсності потребує своєї номінації. При цьому моделювання дає змогу раціоналізувати метод послідовного наближення до істини. Перед тим, як щось вирішити, індивіду необхідно проаналізувати безліч варіантів [79].

Мовознавці зазначають, що моделювання здійснюється під час словотворчого акту, коли той чи інший зразок (модель) з'являється у свідомості мовця завдяки певним одиницям асоціацій, аналогій, на основі моделі еталона, його морфологічної структури, що тільки заповнюється новим лексичним матеріалом, шляхом заміни одного з компонентів [27, с. 103].

У лінгвістичній літературі термін *модель* уперше використав у 1944 році американський структураліст З. Херріс на позначення результатів описової методології Е. Сепіра. Надалі цей термін почали використовувати в більш широких значеннях. По-перше, модель розглядають як деяке спрощення дійсності. З іншого боку, модель є продуктом творчої уяви, яка дещо відрізняється від оригіналу. Загалом модель – штучно створений, спрощений, схематизований образ об'єкта, який має деякі схожі риси із самим об'єктом і реалізується через поняття *відображення* сфер життєдіяльності людини [45]. Саме людина визначає, що є відображенням певного об'єкта або явища в одиницях словникового складу мови – лексемах.

Лексична одиниця, як складне, відносно остаточно діалектично організоване ціле, складається з порівняно впорядкованих та пов'язаних між собою елементів-конституентів, що й надають одиниці конкретних значеннєвих варіантів [48]. Діалектика структурної побудови лексем виявляється в тому, що всі одиниці мови, кожна з яких має свою індивідуальність щодо будови, властивостей та комбінаторних схем,

утворюються за одним і тим самим принципом – моделлю [8; 53; 84]. Це й визначає складність лексико-семантичної системи мови, у якій можливим є існування різних моделей різного членування, що виокремлюються в тому самому матеріалі, причому серія моделей може доповнювати одна одну.

Лексичні інновації утворюються за наявними в мові *моделями-зразками* під час словотворчого акту. Процес утворення та існування лексичних інновацій знаходить своє вираження в словотвірній моделі. Словотвірна модель реалізується за певними правилами, і поняттю *правила словотвору* в сучасній лінгвістиці належить значне місце [79]. Правила словотвору розглядають як порядок розміщення складових елементів у процесі утворення нового слова, як закон, схему організації словотвірної моделі [20].

Словотвірну модель розуміють як *типову структуру* узагальненого лексико-категоріального змісту, що здатна заповнюватися різним лексичним матеріалом (лексичними основами) при існуванні певних закономірностей сполучення її елементів один з одним [25].

Як певна *структурно-семантична схема* словотвірна модель визначається з позиції формули побудови похідних, що включає в структурному плані вихідну основу та словотворчий афікс (елемент) із конкретною семантикою [20], що зумовлено частиномовною та лексико-семантичною ознакою твірної основи (основ), наявністю (або відсутністю) об'єднувального елемента, словотворчого форманта та виведенням значення похідного слова [48, с. 27].

Англомовна словотвірна модель може бути представлена й у вигляді *конкретного слова-зразка* або *конституентної моделі-зразка*, де постійний компонент є носієм певного значення. Залишаючись незмінною, така модель через копіювання цієї одиниці з наступною заміною в ній певних елементів мовного рівня здатна до активного творення англомовних лексичних інновацій завдяки поєднанню механізму аналогії та моделей словотворення [26, с. 99; 50, с. 149].

Словотвірна модель, відповідно до якої утворюються англомовні інновації, може бути представлена й *механістичною моделлю-зразком*, що вказує на структурну організацію компонентів нових слів [18, с. 106–111].

Утворення лексичної інновації з новою синтаксичною функцією та незмінним лексичним значенням відоме в лінгвістичній літературі як *синтаксична деривація* [30, с. 78]. При синтаксичній деривації змінюється частиномовна належність похідного слова. Відповідно, *лексичну деривацію* розуміють як процес утворення похідних слів із певною зміною лексичного значення вихідної одиниці [19]. Такий вид деривації не є абсолютно фіксованим на системно-парадигматичному рівні, а реалізується у зв'язку з мовним функціонуванням і відзначається активністю та динамічністю.

Словотвірні моделі, за якими утворюються виокремлені та аналізовані у запропонованій роботі лексичні інновації, ми іменуємо *моделями словотвірної деривації*, які будуть розглянуті нижче.

Модель словотвірної деривації ми розглядаємо як єдину для словотвірного ряду схему його організації, у якій враховуються як характер компонентів похідного, так і порядок їх розташування, тобто така (похідна) модель є найбільш загальною формулою однотипних утворень як їхній структурно-семантичний аналог [137, с. 195]. З огляду на ступінь регулярності компонентних даних англомовних інновацій потребує уточнення поняття *компонент моделі словотвірної деривації*.

Під *компонентом* моделі ми пропонуємо елемент схеми утворення лексичної інновації за певною моделлю. З-поміж компонентів словотвірних дериватів у лінгвістичній літературі [180] прийнято виокремлювати твірні основи, словотвірні значення та словотворчі елементи-конституенти.

Набір елементів, що утворюють лексичну інновацію, розглядають як цілісну єдність певних структурних закономірностей із різним функціональним навантаженням. При цьому значення, отримане з аналізу частин нового слова, може характеризуватись як сумарне або ж інтегративне, тобто таке, яке розуміють як типізоване та семантично значиме, що

впорядковує та класифікує зображувану ним дійсність і створює стереотипи семантичних класифікацій [17; 34].

І хоча відношення, що встановлюються між твірною основою та словотворчим елементом-конституентом, мають інтегративний характер, проте між цими структурними елементами простежується й певна підпорядкованість щодо формування змістовної структури слова: один із них виконує роль ядра, інший – модифікує, уточнює значення першого. Отже, такий компонент лексичної інновації, утвореної за моделлю словотвірної деривації, як *семантичне значення*, підтверджує положення, що в семантиці слова для словотвору важлива не його лексична конкретність, а те загальне, що відображається в будові ряду слів, наділених семантичною спільністю та наявними однаковими формальними показниками [36].

Процеси словотворення формують у новому слові здатність до гнучкості та варіативності, а також до певної сталості, регулярності. У лексичних інноваціях набір елементів моделі, представлених у їхній формальній структурі, є варіативним. Трактуючи варіативність мовних елементів-конституентів, дослідники наголошують, що будь-яка одиниця як елемент системи характеризується константністю та варіативністю [25; 27; 48].

Мовні елементи мають характерні *константні ознаки*, які розуміють як незмінний конкретний набір характеристик об'єкта при всіх його модифікаціях у реальних умовах вживання, та протиставлені ним *варіативні* – зі змінним компонентом. Для словотвірного рівня мови характерною є різна структуроутворювальна сполучуваність елементів-конституентів (як, наприклад, графічна, морфемна, лексична, синтаксична), що безпосередньо пов'язана з моделями утворення лексичних інновацій у сучасній англійській мові.

З огляду на зазначене вище ми розглядаємо *модель словотвірної деривації* як зразок побудови конкретних похідних лексичних інновацій.

1.2.2 Підходи до виокремлення моделей утворення лексичних інновацій. У зв'язку із викладеним вище в процесі аналізу мовного матеріалу ми будемо виходити з того, що модель, за якою утворюється серія англomовних лексичних інновацій, має власну структурну організацію, семантичний склад якої відображає специфіку фрагментів дійсності. Природа моделей словотвірної деривації виявляється в тому, що лексичні інновації позначають те, що людина приписує предметам, явищам, тобто їхні ознаки [146].

Принцип класифікації моделей утворення лексичних інновацій ґрунтується на основі реконструювання дихотомічних зв'язків між компонентами їх структури, які визнають як прості, економні, раціональні, симетричні, що об'єднують одиниці та явища всіх рівнів мови в різноманітні лінгвістичні об'єкти й сукупності, зокрема й лексичні одиниці, або, навпаки, за допомогою цих структур вихідний цілісний лінгвістичний об'єкт розчленовується на низку ієрархічно впорядкованих одиниць [15; 16].

У лінгвістиці *способи словотворення* витлумачують як "шлях", "прийом", "механізм", "комплексну систему" використання різних структурних словотворчих засобів творення нових похідних слів, а також і як одиницю класифікації словотвірної системи [69, с. 11]. Аналіз досліджень англomовних моделей словотвірної деривації та їхніх конститuentів указує на існування різних класифікацій способів словотворення, що зумовлено метою й аспектом дослідження проблеми словотворення [80, с. 92]. Наразі виділяють основні й другорядні типи словотворення [91]; деривацію, словоскладання та фрагментацію [31]; морфологічні й лексичні [26]; морфологічний, синтаксичний, морфолого-синтаксичний, лексико-семантичний, лексико-синтаксичний та семантичний типи [16; 78; 146].

Словотвірна система мови надає певні моделі творення лексичних інновацій [66], оскільки лексична інновація створюється певною сукупністю зв'язків її компонентів і відношенням одного слова-члена словотвірної системи до іншого слова тієї самої системи [61].

Структурно подібні шляхи та прийоми утворення лексичних інновацій розглядають у двох аспектах – діяхронному та синхронному [66]. У процесі аналізу способів словотворення із діяхронної та синхронної позицій дослідники розподіляють моделі утворення лексичних інновацій на дві групи: статичні, коли констатується наявність того або іншого явища та його відмінні ознаки шляхом дослідження відношень між одиницями [40]; та динамічні, коли відображається процесуальна сторона мовної діяльності людини завдяки перетворенню одних одиниць в інші [85; 154; 159; 171].

У системі синхронного словотворення, відповідно до характеру словотворчого компонента, виокремлюють *морфологічні* способи, а також способи *неморфологічного* словотворення, де перші передбачають приєднання афіксальних морфем до твірної бази (окремо або в комплексі) за відповідними словотвірними моделями, за наявними в системі мови правилами [69, с. 11]. До морфологічних належать такі *способи (механізми)*, у яких роль словотворчого елемента-конституента виконують морфемні, афіксальні (морфологічні) *засоби (елементи-конституенти, за допомогою яких утворюються слова)* [48]. Під морфологічними способами словотворення розуміють префіксацію, суфіксацію, слово- чи основоскладання. Відповідно способи неморфологічного словотворення представлені лексико-семантичним, лексико-синтаксичним, морфолого-синтаксичним різновидами [53] та розподіляють на різноманітні скорочення та зрощення (фразеологічні; складні синтаксичні слова внаслідок переосмислення словосполучення при вираженні одного поняття).

У процесі опису синхронного словотворення пропонують різні класифікації моделей утворення лексичних інновацій. Зокрема, класифікація *за словотворчим елементом-конституентом* виокремлює афіксальні та безафіксальні моделі утворення нових слів. Такі моделі в англістиці досліджують у руслі підходу, відомого як формантоцентричний [8; 48; 64; 75; 86; 105].

Наступна класифікація моделей утворення англомовних лексичних інновацій спирається на *характер твірної основи*, що унаочнює основоцентричний підхід. Зокрема, виокремлюються моделі утворення нових слів з однією мотивувальною основою та моделі утворення лексичних інновацій, у складі яких є більше ніж одна твірна (мотивувальна) основа [155; 157; 178].

Класифікація способів словотворення, розроблена в межах теорії мовного знака та відома як *"природна" морфологія* (Natural Morphology Theory), розрізняє п'ять основних формальних морфологічних моделей, що репрезентують усі можливі структурні варіанти утворення лексичних інновацій, зокрема:

- 1) модель додавання (compounds) – $X \rightarrow X+Y$;
- 2) модель підстановки (morphotactic transparency) – $X+Y \rightarrow X+Z$;
- 3) модель модифікації (suppletion) – $X \rightarrow X'$;
- 4) модель конверсії (conversion) – $X \rightarrow X$;
- 5) модель віднімання (subtraction) – $X \rightarrow X-Y$ [173, с. 101–104].

Особливістю організації моделей утворення лексичних інновацій є паралелізм реалізованих можливостей, які закладено в словотвірній системі у вигляді готових формул. Різноманітні трансформації, яких зазнають лексичні інновації, виявляються в новій структурі їхніх складових частин і нових значень. У мові немає таких унікальних структурних моделей, які б не дублювалися на морфемному рівні іншими аналогійними. Будь-яка наявна в мові модель ніби накладається на моделі аналогічної структури, оскільки вона підпорядковується визначеним системним закономірностям [141, с. 265].

У своєму дослідженні ми користуємося класифікацією моделей словотвірної деривації утворення лексичних інновацій, в основі яких лежать морфологічні та неморфологічні способи словотворення. У сучасній англістиці в основі *морфологічних моделей словотвірної деривації* знаходяться структурні схеми, утворення яких пов'язують як з афіксальним,

так і безафіксальним способами словотворення – афіксацією, словоскладанням та телескопійною деривацією [19; 20; 30; 33; 131].

Аналіз досліджень механізмів та моделей утворення лексичних інновацій у сучасній англійській мові вказує на **афіксацію** як на один із найдинамічніших способів словотвору. Понад третину всіх мовних інновацій сучасної англійської мови було створено шляхом афіксації [52, с. 165]. У процесі продукування похідних одиниць безпосередньо використовують афікси – одиниці морфологічного рівня, представлені суфіксацією та префіксацією.

Упродовж останніх десятиріч значно зростає роль **словоскладання** не тільки як основного способу словотворення, а й механізму, що становить основу формування нових словотворчих елементів-конституентів, про що свідчать дослідження як українських, так і зарубіжних учених [26; 48; 50; 155]. Лексичні інновації, утворенні за моделлю словоскладання, відзначаються стислою формою та містким змістом.

Відомо, що англomовні лексичні інновації моделі словоскладання утворюються в результаті дії двох різних процесів: 1) лексикалізації словосполучення зі зміною порядку розташування його компонентів, а також їх деформацією та морфологізацією (наприклад, *nice-looking* < looking nice, *bottle-feed* < feed with (the help of) a bottle, *blue-eyed* < with blue eyes); 2) інтеграції словосполучення у складне слово зі збереженням лінійного розташування компонентів (наприклад, *small-talk* < small talk, *also-ran* < also ran, *cat's-paw* < cat's paw, *ban-the-bomb* < ban the bomb) [17, с. 61–68].

Лексикалізація синтаксичних структур означає дію механізму трансформацій та модифікацій словосполучень, унаслідок чого відбувається перетворення мовленнєвої реалізації або групи мовленнєвих реалізацій у самостійну лексичну одиницю [80, с. 92–98]. Такі трансформації та модифікації мовних одиниць є результатом активності складових елементів похідних слів, способів творення мовних інновацій.

Окрім трансформацій і модифікацій словосполучень різного типу в складну лексичну інновацію на основі моделі словоскладання як способу словотворення, відбувається також і поєднання декількох простих повнозначних слів. Більшість композитних лексичних інновацій, утворених способом словоскладання, – це складні двокомпонентні іменники та прикметники [17, с. 62–63].

Утворення лексичних інновацій за моделями, складові елементи яких утворилися внаслідок словотворчих способів скорочення та словоскладання, відоме як процес **телескопійного** словотвору [93, с. 49]. У сучасній лінгвістиці на позначення телескопійних інновацій користуються різними термінами: *portmanteau word*, *portmanteau*, *blend*, *blend-word*, *amalgam*, *amalgam word*, *amalgam form*, *fusion*, *fusion word*, *composite*, *composite word*, *overlapping word*, *conflation*, *coalesced word*, *coalescence form*, *telescope word*, *telescoped word*, *hybrid*, *analogical neologism*, *brunch-word*, *counter-word*, *cross-form*, *word blending*, *contamination*, *suitcase word*, *Timanteau word*, *blund* [211, с. 45].

Телескопія є особливим типом компресивного словоскладання шляхом контамінації декількох слів, що перебувають у сурядному зв'язку. Під **телескопією** ми розуміємо взаємодію мовних одиниць, що стикаються або в асоціативному, або в синтагматичному ряді, яка призводить до їхньої семантичної або функціональної зміни чи до утворення нової мовної одиниці" [93, с. 28].

Структура телескопійної інновації повністю або частково відображає параметри всіх її складових компонентів. І в цьому випадку мова йде не лише про будову слова-бленда, але й про створення більш складної лексичної одиниці, здатної відобразити ознаки про новий об'єкт у сукупності.

Телескопія, як спосіб так званого "вставного" або "осколкового словотвору", є злиттям двох (або більше) усічених основ або злиттям повної основи з усіченою, результатом чого є утворення нового слова. Основною особливістю **телескопійної деривації** є те, що щонайменше один із її

компонентів представлений не цілою, а усіченою основою, її фрагментом [42; 116]. Телескопійні інновації утворюються внаслідок не механічного скорочення вихідних слів, а семантично-мотивованого їх стягнення, тобто процес утворення телескопійних інновацій обов'язково передбачає два послідовних етапи за умови двох вихідних елементів: перший етап – усічення однієї або двох основ; другий – складання усічених основ [46].

До продуктивних моделей телескопійної деривації сучасної англійської мови належить такий традиційний ряд, як: $ab + cd > ab/cd$ (накладання кінця першого слова на початок другого слова); $ab + cd > ab/cd$ (накладання початку другого слова на кінець першого): $ab + cd > a/cd$ (додавання початку першого слова до другого слова); $ab + cd > ab/d$ (додавання кінця другого слова до першого). З огляду на це загальноприйнятим став принцип розподілу слів-телескопів за трьома структурними типами: повні телескопійні одиниці, часткові та гаплогли або "накладні" телескопізми.

Повні телескопійні слова утворюються злиттям двох чи більше усічених основ в одне слово. Відповідно до структури усічень, такі інновації можуть бути розподілені на декілька підгруп: 1) сполучення початку першого компонента й початку другого; 2) злиття початкових частин усічених основ вихідних слів; 3) сполучення початку першого компонента й середини другого; 4) злиття кінця першого компонента з кінцем другого.

Морфологічною основою часткових телескопійних слів є сполучення повної та усіченої форми в різних позиційних комбінаціях.

Гаплоглогічні телескопізми характеризуються міжсловним накладанням однакових графічних і фонетичних сегментів на місці їх сполучення. При такому "накладанні" можливим є усічення як двох компонентів, так і одного зі збереженням спільним звуком (звуками) на стику компонентів, які сполучаються [93, с. 49].

З-поміж *актуальних моделей скорочень як способу творення лексичних інновацій* у нашій роботі розглядаємо ініціальні скорочення,

включаючи аббревіаційні та акронімізовані мовні одиниці, а також еліпси, усічення (синкопа, апокопа, афереза) та креолізовані інновації [8; 41].

Спосіб словотвору, при якому спрощення складної мовної одиниці сучасної англійської мови відбувається шляхом усічення, стягнення частини основи без зміни лексико-граматичного значення вихідної одиниці, відоме як *скорочення*. За дії такого механізму лексична інновація, що може бути представлена у звуковій або графічній (ініціальній), цифровій, числовій, текстовій формі частини скорочення, репрезентує зміст вихідного слова або цілого словосполучення.

Поняття *скорочення* припускає як дію механізмів скорочення, так і їх результат. Скорочення розглядають як процес *компресійної універбалізації* [17; 215], що передбачає формальну компресію зі збереженням змісту.

Тенденція до стислості висловлення властива всім рівням мови. Процес творення скорочень у сучасній англійській мові, як один із видів мовної економії, підтверджує думку стосовно того, що максимальний рівень компресії певного роду інформації найвиразніше відображається саме на лексичному рівні мовної системи [38, с. 94], адже необхідність отримання, переробки та використання потоку інформації, що зростає, потребує швидкого запам'ятовування та використання різноманітних скорочених інновацій без потреби додаткової процедури розкриття та пояснення змісту всієї вихідної одиниці.

Дія механізму скорочення призводить до модифікації структури лексичної інновації, що простежується як у вигляді різновиду написання, так і у вимові. Відповідно інноваційні скорочення являють собою самостійні звукові комплекси, не повторюють звучання повного найменування та вимовляються за написанням, або за алфавітом, або за правилами орфоєпії. За структурною ознакою скорочення прийнято систематизувати на "ініціальні (редуковані до початкової літери) та двоскладові одиниці" [44, с. 93].

Такий процес утворення англомовних лексичних інновацій відбувається на синтаксичному рівні мовної системи. Інновації, утворені за різноманітними скороченнями, відзначаються еквівалентною заміною, дублетом вихідних словосполучень, фраз. Результатом зміни формальної структури вихідної одиниці номінації є функціонування в мові нового структурного варіанта, що репрезентує "впровадження в ужиток нових понять для зручного та місткого зберігання інформації" [213, с. 7].

Складовими частинами *ініціальних скорочень* можуть бути початкові літери слів, їх комбінації зі слів, що складаються. Складові компоненти з ініціальних скорочень у мовознавчій літературі трактують як хибні морфеми [87, с. 56], оскільки можуть уживатися тільки у складі абревіатур або складноскорочених слів.

Загалом, відповідно до структурних характеристик вихідних одиниць, ініціальні скорочення класифікують на: алфавітизми (вимовляються такі слова відповідно до алфавіту) [181, с. 148], звукові акронімізовані та звуко-літерні (вимовляються як звуки) [219, с. 7], літерно-звукові інновації (одна частина слова вимовляється як буква, інша – як звук) [123, с. 115].

Абревіаційні інновації є унікальним класом слів, одним із найпоширеніших способів англійського словотвору, які з позиції мовознавства досліджувались у структурному [3; 12; 41; 50; 200; 231; 232], семантичному [215], функціональному [11; 43] та когнітивно-дискурсивному [13; 97] аспектах.

Термінологічно поняття "абревіація" в англомовній лінгвістичній літературі представлено такими лексемами, як: *abbreviation, abridgement, abecedism, acronym, alphabetic word (alphabetism), anagram, blend, clipping, contraction, curtailment, elliptical word (ellipsis), incomplete compound, initialism, logogram, protogram, shortening (short forms of word), stump-word, trunk-word*. Загалом лінгвістичний термін "абревіація" використовують на позначення скорочення і вживають у двох значеннях: 1) спосіб словотворення; 2) явище, пов'язане зі скороченими записами.

Ми розглядаємо абрєвіаційну інновацію в рамках скорочення та складання, оскільки створення абрєвіатури перебуває на перетині цих двох процесів, будова якої "відображає будь-яку частину або частини компонентів вихідних одиниць" [41, с. 27]. Абрєвіатури, як правило, читаються як літери алфавіту: мають буквене або звукове звучання [212; 217, с. 7].

Абрєвіаційна інновація постає лише в новій формі як скорочений знак із тим самим інформаційним наповненням. Проте в процесі більш тривалої репрезентації дійсності відбувається й зміна мовної семантики самої абрєвіатури. З часом абрєвіаційна інновація набуває свого власного лексичного значення, що може значно відрізнятися від вихідного розгорнутого твердження. Полісемантична характеристика абрєвіатури унаочнюється існуванням синонімічних та антонімічних рядів.

Акронімія, як і абрєвіація, є способом творення нової форми вихідного словосполучення, фрази через виокремлення ініціальних літер кожного слова з їх подальшим складанням [239, с. 342]. Результатом такого скорочення стає нове одноморфемне слово, яке відповідає фонетико-вимовним нормам мови, характеризується абсорбованим значенням цілого сполучення.

Акроніми переважно омонімічні до узуальних слів: фонетична структура та графічна форма виявляють однаковість зі звичайним повнозначним словом як "прояв раціоналізації мовленнєвої діяльності та оптимізації мовотворчих процесів" [44, с. 93]. Зазначений клас слів є унікальним, оскільки лексикалізовані синтаксичні одиниці виникли в мові не природнім шляхом у результаті історичного розвитку, а штучно створені людиною для комунікації, з огляду на принцип економії, прагнення до точного розуміння й відтворення скороченого слова.

Суть мовної економії стосовно ініціальних скорочень, абрєвіатур та акронімів полягає в компресії засобів вираження, узагальненому сприйнятті інформації, що створюється новою мовною одиницею, та вдосконаленні комунікативної функції мови. Скорочення форми виразу комунікативних одиниць посилює швидкість надходження та концентрації інформації.

Формування англомовних лексичних інновацій пов'язане також із дією механізму компресії, що супроводжується виокремленням частин зі структурно більш складних одиниць. Структура та значення цілого словосполучення конденсуються в одному слові в результаті вилучення одного або декількох компонентів словосполучення. Такі лексичні інновації утворюються за моделями в результаті *elipsa* [135, с. 247–251].

У результаті еліптизації залишається лише один компонент словосполучення. Цей компонент може бути означаючим або означуваним. Він набуває семантичних та граматичних властивостей цілого словосполучення. Оскільки граматична семантика утримується не тільки в структурі слова, але й у словосполученні, реченні, то безпосередньо зв'язаний із синтаксичним оточенням компонент, що залишився після еліптичних перетворень, певною мірою акумулює втрачену семантичну інформацію. При цьому відбувається непряме перенесення значення, що припускає появу нових лексичних одиниць, які або загалом, або окремими компонентами означають нові реалії.

Еліпс у словотвірній площині є процесом усічення, у семантичній – передбачає зміщення значення на опорний компонент [135, с. 248]. Мовне явище, при якому синтаксичне опущення спричиняє виникнення лексичних інновацій, називають *лексичним еліпсом*. Результат лексичного еліпса полягає в перетворенні синтаксичних одиниць (словосполучень) у лексичні внаслідок вилучення одного з компонентів. Залежно від того, який компонент цілого словосполучення виконує номінативну функцію, розрізняють два типи лексичного еліпса: *еліпс ядра*, або елімінація ядра, та *еліпс модифікатора*.

При еліпсі ядра модифікатор синтезує власне значення зі значенням ядра. Цей тип лексичного еліпса є еліпсом означуваного компонента словосполучення. Основним виявом такого типу еліпса є субстантивація прикметника – атрибута. Перетворення прикметників в іменники – субстантивація, яка означає, що, замість значення ознаки, з'являється

значення предметності. Така лексична одиниця виконує функції іменника з властивими йому синтактико-морфологічними характеристиками. Еліпс модифікатора ґрунтується на можливості ядра словосполучення синтезувати власне значення зі значенням модифікатора. У результаті компресії залишений компонент передає значення повного словосполучення, проте в стислій формі [135, с. 250].

Найпростішою формою скорочення є *усічення* словосполучення на межі між його основними частинами. Цей спосіб творення лексичних інновацій розуміють як процес зменшення кількості фонем чи морфем у словах без зміни їхнього лексико-граматичного значення, у результаті чого з'являється нова номінативна одиниця або варіант вихідної одиниці [54, с. 192]. Відбувається скорочення вже наявних слів, результатом чого стає нова форма вихідної лексичної одиниці, яка характеризується виразністю та новизною.

Традиційно, залежно від того, яка частина слова чи певний сегмент відокремлюється від цілого, розрізняють такі усічені інновації, як: синкопа, апокопа, афереза та змішаного типу [188, с. 24-36]. Визначальне місце серед лексичних інновацій-усічень посідають *апокопи* (усічення кінцевої частини), які становлять не лише ядро номінативного простору усічень, а й виконують низку прагматичних функцій [31, с. 16]. Такі одиниці мови створюють відчуття інтимізації, позбавленої офіційності. Перевага апокопних над іншими видами скорочень, на думку вчених, пов'язана з фактом переважної концентрації інформації та наголосу на початку слова більшості англійських слів [166, с. 38]. Усічення компонентного складу слів-прототипів, що включає також і їхню початкову частину, відоме як *афереза*, медіального фрагмента, що простежується на рівні звуку, морфеми або фракто-лексеми – *синкопа*, а усічення *змішаного типу* виникають унаслідок утрати лексемою початкової та кінцевої або ненаголошеної частин одночасно [193, с. 75].

Випадки використання комбінацій та об'єднань мовних засобів комунікації з такими, "що належать до інших знакових систем, ніж природна

мова" [24, с. 126], відомі в лінгвістичній літературі як **креолізація**. У сучасній англійській мові креолізовані лексичні інновації містять елемент, що належить до графічного рівня мовної системи, який фонетично збігається з певною цифрою або літерою.

Поява нової зміненої форми вихідної одиниці лексичного або синтаксичного рівнів мовної системи зі збереженням змісту певної інформації способом креолізації якраз і розкриває суть процесу кодування та декодування інформації. Візуальна стислість креолізованих інновацій досягається завдяки компресії як у плані вираження (структурна компресія), так і в плані змісту (семантична компресія). Специфіка форми та змісту таких інновацій полягає в тому, що словотвірною базою вихідних редукованих сегментів, які в подальшому складаються, є різнорівневі одиниці мовної системи [67].

Трансформації відбуваються на підставі омофонічності (омографічності) з літерами, літерними, цифровими сполученнями. Збігання скорочень за вимовою та написанням з наявними лексемами дослідники пояснюють як вторинну метафоризацію в плані вираження, що сприяє їх легкому розпізнаванню та швидкому входженню в узус [6].

Отже, відповідно до принципу генетичної спорідненості, англомовні лексичні інновації, пов'язані спільністю походження з морфологічними моделями словотвірної деривації та актуальними моделями скорочення, іменуються в нашій роботі як **некомбіновані моделі словотвірної деривації**. Принцип генетичної спорідненості елементів (уперше представлений та систематизований Ф. Боппом у 1816) у морфологічній структурі лексичних інновацій та способів словотворення пов'язаний із аналізом їхнього походження.

На основі параметрів, що визначають кількісні та якісні характеристики складових, а також їхню взаємодію та способи поєднання в процесі утворення англомовних лексичних інновацій, комбінування генетично споріднених або генетично відмінних елементів та способів

словотворення, тлумачать як *гібридність* [25; 63], що в нашій роботі іменуються як **комбіновані моделі словотвірної деривації**.

Комбіновані моделі словотвірної деривації, за якими утворюються англомовні лексичні інновації, представлені генетично однаковими елементами та способами словотворення [20, с. 64], визначаємо як **комбіновані гомогенні моделі**. Утворення лексичних інновацій шляхом комбінування компонентів, утворених тільки за допомогою морфологічних генетично детермінованих способів (афіксація, словоскладання та телескопія), ми іменуємо гомогенними.

Генетично відмінні елементи та способи словотворення в межах утворення окремої лексичної інновації унаочнюють **комбіновані гетерогенні моделі**. Утворення англомовних лексичних інновацій, продукувальною базою яких є складові мовних одиниць, що належать до генетично різнорівневих структур, які комбінуються шляхом поєднання морфологічних та способів скорочення, ми іменуємо гетерогенними.

Загалом на сучасному етапі розвитку англійської мови діють однакові моделі словотвірної деривації. У мовних варіантах, наприклад, у мовній підсистемі інтерактивного спілкування (віртуальному навчанні, службі знайомств тощо), спостерігається тенденція використання лексичних інновацій, утворених саме за допомогою комбінованих моделей, особливістю яких є структурне поєднання та механізмів утворення нових слів. Крім того, одиниці, утворені за некомбінованими моделями, дають початок розвитку комбінованим моделям словотвірної деривації.

Роль моделей словотвірної деривації, за якими утворюються лексичні інновації, у різні періоди розвитку мови і, відповідно, у різних лексико-стилістичних варіантів є далеко неоднаковою. Способи та засоби утворення нових слів виявляють різну активність: одні – активні найвищою мірою, інші – мають обмежену активність, треті – малоактивні або наразі неактивні. У цьому зв'язку зазначимо, що сучасна англійська мова все частіше

поповнюється лексичними інноваціями, утвореними шляхом комбінування способів деривації та складових, утворених завдяки дії цих способів.

1.3 Англомовні лексичні інновації: прагматичний аспект

Необхідною умовою входження лексичних інновацій до словникового складу мови є, окрім ступеня їх поширеності та відповідності до моделей, установлення практичної необхідності цих лексем, оскільки нове слово може стати необхідним тільки в тому разі, якщо воно відрізняється від наявних значень (або відтінку значення) емоційно-експресивним забарвленням, можливістю сполучення з іншими словами.

В основі *прагматичного підходу* до аналізу лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації – функціональні особливості нових найменувань, які створюють їхню прагматичну цінність у різних актах комунікації [17, с. 61; 31]. Мову відповідно до прагматичного підходу розглядають як особливий вид діяльності, зумовлений цілями певної типової комунікативної ситуації [36].

Дослідження лексичних інновацій розкриває комунікативні потреби мовця назвати нове поняття дійсності або дати нове найменування тим предметам, явищам, що вже мають назву. Водночас лексичні інновації виконують також і різноманітні прагматичні функції, оскільки мають таку властивість, як бути сигналом для реципієнта в актах комунікації [74,]. Будь-яка новизна в семантичній структурі лексичної одиниці зумовлює прагматичну її новизну через розширення спектра ситуацій і контекстів уживання такої одиниці, а отже, й обмежень на її використання [94].

Використання лексичних інновацій зумовлене передусім потребою в чітко окреслених як за організацією, так і за функцією одиницях спілкування, які відображають зміни дійсності. Зміни в лексико-семантичній підсистемі мови залежать також від інтралінгвальних факторів, що зумовлені антропоцентричністю мовної системи. У цьому зв'язку дослідники

наголошують, що саме прагматичний підхід дає змогу об'єднати мовну систему з мовленнєвою діяльністю [43, с. 45; 79, с. 137–139; 97, с. 15].

Автор-журналіст визначає ситуацію, оцінюючи факти об'єктивної дійсності, організовує акт мовлення відповідно до свого світогляду, менталітету [106] та активно впливає на події, ситуації в мовній формі, висловлюючи свою позицію, що сприяє формуванню суспільної думки. Саме цим і визначаються такі прагматичні характеристики лексичних інновацій, як емоційність, оцінність, експресивність. Нові події, факти, явища дійсності з часом знаходять своє вираження в словниковому складі мови.

Комунікативний ресурс сучасних англомовних лексичних інновацій розвивається через дві абсолютно протилежні, об'єктивні та взаємопов'язані тенденції – інтеграції та диференціації елементів мови, що й зумовлюють процес функціонування лексики в дериваційному форматі. Прояв дуалізму елементів сучасної англійської мови спостерігаємо, з одного боку, у загальній тенденції до економії мовної енергії, прагненні мовців до раціоналізації, прагматизму, що ведуть до спрощення структури лінгвальних засобів. З іншого боку, є всі підстави говорити про механізм оновлення, примноження та розвитку мовних ресурсів.

Активні, динамічні процеси, що характерні особливо упродовж останніх десятиріч для лексико-семантичної системи англійської мови, виявляють систему утворення лексичних інновацій. Аналіз лексичних інновацій із позиції лінгвопрагматичного підходу уможливорює визначення внутрішніх закономірностей їх утворення шляхом поєднання складових компонентів, що зумовлюють їх вибір і тим самим відповідають ситуації використання лексичних одиниць.

1.4 Англомовний медійний дискурс як джерело поповнення словникового складу мови

Прагматичні потенції англомовних лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, з позиції їх комунікативної та прагматичної значущості [106; 149] унаочнюють, як відбувається мовленнєвий вплив на читача в медійному дискурсі. Прагматичне використання та модифікування мови сфери масової комунікації є у фокусі уваги філологічних досліджень із медійного дискурсу – одній із форм відображення дійсності та невичерпному джерелі появи лексичних інновацій [100; 114; 118; 176].

Дослідження лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, зорієнтовано на аналіз сфер відображення дійсності цими одиницями мови. Урахування специфіки формування суто практичного призначення мови загалом, а також і її окремих одиниць ґрунтується на аналізі мовних механізмів, типових моделей функціонування, утілених у різноманітні мовленнєві реалізації [97, с. 37–38]. Прагматична спрямованість комунікації зосереджує лінгвістичні дослідження на аналіз людського чинника в мові. Урахування соціальних параметрів останньої пов'язують із фактами її існування та її носіїв.

Сприйняття читачем лексичних інновацій, поява та функціонування яких у медійному дискурсі викликані подіями світового порядку, зокрема інформаційною революцією, економічними перетвореннями, розвитком науки, техніки, міжнародного тероризму та боротьби з ним, проблемами охорони навколишнього середовища, дискримінації в суспільстві, суспільною діяльністю людей, та всього, що є найвпливовішою ознакою процесів пристосування мовної системи та її підсистем до нових потреб комунікації [51, с. 3], зумовлено мовними структурами.

Ступінь впливу лексичних інновацій в актах комунікації для реалізації певних цілей і намірів є різним [7]. Відрізняється й інтенсивність і швидкість перебігу системно-структурних змін у дериваційній системі лексики як у кількісному, так і якісному розумінні. Прагматична спрямованість лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, виявляється також не стільки в інформуванні, скільки в здійсненні соціально-психологічного

впливу на аудиторію [118, с. 6]. Тож лексичне розмаїття англійської мови якраз і свідчить про поширення тенденції використання внутрішніх ресурсів системи мови задля реалізації певних комунікативних намірів.

Комунікація за допомогою нових форм масмедіа спонукала вчених до розширення проблематики лінгвістичної прагматики. Дослідження функціонування мови у сфері масової комунікації стали об'єктом окремого наукового напрямку – медіалінгвістики [5]. При цьому дослідники розмежовують хоча і взаємопов'язані, проте невзаємозамінні поняття цього прагматичного підходу лінгвістики: *масова комунікація*, що, з одного боку, є процесом передавання інформації [31], а з іншого – процесом поширення професійно підготовлених повідомлень для різних за кількістю та інтересами аудиторій за допомогою технічних пристроїв [106, с. 64] – *масмедіа* – як комунікативного, продуктивно-світоглядного ресурсу, який відповідає ідеологічним, емоційним та підсвідомим очікуванням аудиторії [100].

Основними формами існування мови масмедіа як "усього корпусу текстів, які створюються й поширюються засобами масової інформації" [99, с. 18], є медійний дискурс та медіатекст [95]. При цьому медіатекст як одиниця медійного дискурсу та як термін активно використовується з 90-х років XX століття в англomовній літературі [156; 182; 204].

У лінгвістичних дослідженнях *медіатекст* одночасно аналізують і як лінгвістичне, і як культурологічне явище [5; 84; 99]. Характерною ознакою медіатексту є, по-перше, універсальна семантична єдність та знакова структура. По-друге, сучасний медіатекст швидко відображає зміни мовної системи на всіх її рівнях, "використовуючи знаки будь-яких семіотичних систем – графічних, звукових тощо" [5]. По-третє, медіатекст соціально функціонує як об'єкт масової комунікації [100], що формує національно-специфічні катрини світу [31].

У нашому дослідженні *медійний дискурс* визначаємо як продукт і форму соціально-публічної комунікації автора-журналіста та читача, що характеризується здатністю подавати читачеві доцільний аналіз предметів,

фактів, явищ дійсності, який ґрунтується на прагматизмі, спеціальних знаннях, котрі журналіст подає в зрозумілій для читача формі з використанням таких мовних засобів, що "відповідають системі мови в сукупності з набутими значеннями і які сприймаються її носіями як зразок спілкування в певний період розвитку мови і суспільства" [4, с. 69–70].

Дослідники проблеми співвідношення медіатексту та медійного дискурсу враховують низку опозитивних характеристик: продукт – процес, статичність – динамічність [35; 71]. З огляду на зазначене, медійний дискурс відповідно до поширення соціально важливої інформації розглядають як "динамічне утворення, що допомагає впорядкувати хаотичний інформаційний потік" [90]. Саме медіатексти формують медійний дискурс, оскільки їх сукупність організовує медійний дискурс у вигляді упорядкованої системи в межах масмедійного простору.

1.4.1 Медійний дискурс – створена засобами масової комунікації реальність. Медійний дискурс пов'язаний передусім із визнанням основної ролі масмедіа в сьогоденному мовному та соціальному існуванні людей [5, с. 121; 170].

Поняття *медійний дискурс* становить сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації в усьому розмаїтті та складності їх взаємодії [90]. До складових компонентів медійного дискурсу, окрім самого повідомлення належать відправник повідомлення, його отримувач, канал, зворотній зв'язок, ситуація спілкування або контекст [112].

Специфіку медійного дискурсу визначають сучасні масмедіа, які є невід'ємною складовою всіх соціальних процесів. З одного боку, реальність, створена засобами масової комунікації, передбачає обов'язкове постійне перебування автора (відправника повідомлення) в тому місці, де відбувається подія в конкретний момент часу, а з іншого – саме масмедіа створюють та поширюють ідеальні плани нових типів діяльності, поведінки, спілкування та всіх форм існування людини [106].

Основними ознаками медійного дискурсу є виконання комунікативної функції засобами масової інформації, що опосередковують продукування, зберігання й поширення суспільно важливої інформації, чутливість до соціально-культурного, ідейно-ідеологічного контексту, відкритість, а також групова співвіднесеність (при якій адресант поділяє погляди своєї групи), полемічна орієнтованість (у повідомленні створюються певні протиріччя, що передбачають подальшу дискусію), інсценування та масова спрямованість (одночасний вплив на кілька груп) [76].

Оскільки масова комунікація є процесом обміну, поширення інформації між усіма суб'єктами суспільства, мета якої полягає у формуванні суспільно-громадської думки щодо соціально важливого фрагмента життєдіяльності людини, то з позиції соціально зумовленого процесу масова комунікація здійснює вплив на свою аудиторію (отримувача повідомлення) за допомогою змістовної та оцінної інформації, що надходить із різних засобів та каналів [101].

Медійний дискурс спрямований на формування актуальної громадської думки. При цьому орієнтацію ЗМІ на оцінну номінацію розглядають у контексті боротьби за базові цінності аудиторії в процесах відображення дійсності [90]. Оскільки відбір подій з усього різноманіття інформаційного потоку відбувається на основі системи ціннісних орієнтирів суспільства, формуючи його замовлення, то характер відбору, презентації матеріалу та його значимість визначаються соціальною позицією масмедіа та специфікою цільової аудиторії [76]. Водночас з огляду на те, що отримувачем масмедійного повідомлення є масова аудиторія, то й медіатекст має бути зрозумілим масовому споживачеві, що, зі свого боку, досягається завдяки відкритій позиції автора [5].

Сучасний стан медійного дискурсу розширює комунікативно-інформаційні канали, що сприяє зростанню читацької аудиторії кількісно та дає змогу швидше реагувати на зміни в житті людини та суспільства. Медійний дискурс охоплює широку аудиторію, де позиція автора подається

шляхом використання готових кліше, мовних зворотів, мовленнєвих стереотипів, а також нових, не закріплених у мові прийомів, форм, включаючи лексичні інновації, які використовуються в процесі відображення нових сфер дійсності, коли в мові не існує відповідної номінації або коли безпосередня номінація не відповідає вимогам комунікації [115].

Відповідно до соціофункціонального навантаження, реалізація медійного дискурсу на позначення референтів різних галузей життєдіяльності сучасної людини, що відповідають історично усталеним комунікативним сферам, відбувається на основі побутових і виробничих комунікацій та типологізується на економічний, політичний, науковий, освітній, юридичний, спортивний тощо [214]. Виокремлені таким чином типи медійного дискурсу набувають відповідних стилістичних, функціональних та прагматичних ознак. Цей підхід до класифікації медійного дискурсу ґрунтується на "концепції медіадискурсу", що, окрім вербального повідомлення й медіаканалу, охоплює всі екстралінгвістичні фактори [5].

В основі класифікації медійного дискурсу за способами функціонування ЗМІ – аналіз друкованих видань, що унаочнюється такими видами: дискурс "якісної преси" ("Quality press", що в науковому контексті вперше використав Джон Меррілл [196, с. 34]) та який розуміється як створені для освіченої читацької аудиторії газети, матеріали яких вирізняються максимальною об'єктивністю та виваженістю позиції авторів [9]; дискурс популярної преси (з її різновидами "жовтої преси" та глянцевиими журналами) та дискурс спеціалізованих наукових і науково-популярних видань [5].

Класифікація медійного дискурсу за жанровим різноманіттям виокремлює новинний дискурс (репрезентований подієвою заміткою, коментарем експертів), репортажний (у вигляді репортажу), інформаційно-аналітичний (представлений аналітичною статтею, аналітичним інтерв'ю, аналітичним оглядом, редакційною статтею, кореспонденцією), есеїстичний

(у вигляді редакторської колонки, есе), рекламний (рекламна стаття, рекламне оголошення, слоган), PR-дискурсом (прес-реліз) [71].

Отже, медійний дискурс із позиції сукупності процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації визначається основними ознаками, зокрема чутливістю до соціально-культурного, ідейно-ідеологічного контексту, відкритістю, комунікативною функцією та каналом реалізації. Різні критерії в процесі дослідження дискурсу, як, наприклад, форма комунікації, соціофункціональна спрямованість, стратегія пред'явлення інформації, жанрове розмаїття, дають змогу типологізувати медійний дискурс. Наше дослідження лексичних інновацій, задіяних в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, проводиться на основі типологізації останнього за прагматичними та стильовими характеристиками, соціокультурною спрямованістю, аналізом друкованих видань, жанровою специфікою.

1.4.2 Роль лексичних інновацій в організації медійного дискурсу. Друга половина ХХ – початок ХХІ століття відзначаються стрімким зростанням ролі засобів масової комунікації та поширенням нових інформаційних технологій, що стало предметом фундаментальних мовознавчих досліджень та аналізу одиниць мови в медійному дискурсі [5; 76; 90; 95; 117; 147; 156; 158; 176; 223].

Системний аналіз термінів, понять, визначень, розроблених як українськими, так і зарубіжними дослідниками, дав підстави виокремити основні підходи до вивчення медійного дискурсу та нових виражальних способів і засобів, що відображають дійсність, а саме: структурний, функціональний та тематичний [5; 31; 84; 95; 99; 100; 143; 176]. Сучасні тенденції розвитку ЗМІ, безперечно, позначились і на процесах утворення (відповідно до моделей словотвірної деривації) та поширення лексичних інновацій.

У рамках структурного підходу дослідження лексичних інновацій у медійному дискурсі увага акцентується на структурних складових нових слів. Оскільки медійний дискурс є продуктом мовленнєвої діяльності, то логічним є визнання того факту, що автор медіатексту звертає увагу як на лінгвальні, так і екстралінгвальні характеристики лексичних одиниць у процесі відображення дійсності, що здійснюють комунікативну функцію.

Основним критерієм вивчення лексичних інновацій у медійному дискурсі в рамках лінгвопрагматичного підходу є взаємозв'язок використання нових слів у медіатекстах на позначення феноменів різних сфер життєдіяльності людини, які й зумовлюють особливості комунікації між автором та читачем. Зокрема, до суспільно значимих сфер комунікації належать економіка, політика, наука, освіта, медицина, спорт тощо.

Тематичний підхід до вивчення лексичних інновацій у медійному дискурсі дає змогу простежити, як нові слова у медіатекстах групуються за відповідною тематикою, фокусуючи увагу читача на найважливіших у той чи інший момент суспільно-громадських темах. Зокрема, в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття в центрі суспільної уваги є такі теми, як інформаційна революція, економічні перетворення, міжнародний тероризм і боротьба з ним, проблеми охорони навколишнього середовища, дискримінація в суспільстві [213, с. 5].

Прагматичні інтенції автора медійного дискурсу зумовлені побудовою комунікативного та практичного контексту висловлення в мовних одиницях різних рівнів, які моделюють та аналізують визначені контексти. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття включаються в механізми реалізації прагматичної функції мови, у межах якої виокремлюються експресивна (через суб'єктивне ставлення автора медіатексту, його оцінки представленого факту, явища дійсності) та референтна (референтне маркування одиниці [31]).

Аналіз лексичних інновацій у сучасному англomовному медійному дискурсі засвідчує тенденції, що пов'язані зі зрослими потребами носіїв мови

в пошуках засобів експресивізації. Неординарне мислення автора медіатексту для привернення уваги читача, відмова від звичних шаблонів у процесі створення цілісного образу дійсності, а не сукупності його окремих складових [95, с. 132; 117, с. 219;] відкриває та втілює в оригінальних формах ресурси мовної системи.

Оформлення реалій дійсності в мовних одиницях може створюватися комбінуванням різних підсистем мови, причому змінюватися може не тільки кількісний склад конститuentів мовних підсистем, але і якісна їх організація. Отже, певна комбінація зв'язків, властивостей та взаємного прояву особливостей унаслідок взаємодії цих конститuentів зумовлює створення конкретної мовної реалії, міру її життєздатності та діапазон функціонального навантаження.

Наприклад, комбінування елементів-конститuentів словотвірного (-*athon*) та лексичного рівнів мови в лексичних інноваціях *bikeathon*, *celebrathon*, *danceathon*, *drinkathon*, *ficathon*, *hikeathon*, *jogathon*, *kissathon*, *knitathon*, *paintathon*, *rockathon*, *shopathon*, *skateathon*, *skiathon*, *skipathon*, *spendathon*, *webathon*, *workathon* використовується в медійному дискурсі на позначення дії чи процесу, де ці афіксальні елементи надають усьому висловленню підсилювально-експресивної конотації. Зазначені лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі використовуються на основі образного осмислення їхньої моделі афіксальної деривації. Такі лексичні новотвори передають особливість ситуації, створюючи її контекстуальну конкретність.

Зокрема, у наступному реченні лексична одиниця *danceathon* використовується на позначення благодійної акції (*benefit from money raised*), у якій учасники беруть участь у тривалому танцювальному сеансі: *Friends of Dan Petini are putting on their dancing shoes to raise funds in his memory for a cancer charity. The brave 18-year-old from Hepscott Park died in January after being diagnosed with a rare blood disorder. Now the Teenage Cancer Trust at*

Newcastle's RVI is set to benefit from money raised at "**dance-a-thon**". (Morpeth Herald, March 5, 2008).

Ідея проведення марафонських подій, закладена автором-журналістом в афіксальному елементі *-athon*, трактується як діяльність, що займає багато часу та спричиняє втому [235]. Водночас, осмислення складової *-athon* виявляє предметну або референтну інформацію про об'єкт, що номінується. Цей афіксальний елемент лексичної одиниці *danceathon*, таким чином, маркує належність до групи друзів, об'єднаних не лише спільною діяльністю [100, с. 182], але й спільним горем (*Friends of Dan Petini are putting on their dancing shoes to raise funds in his memory for a cancer charity*).

Приклад із лексичною інновацією *danceathon* у наведеному вище фрагменті унаочнює реалізацію загальної прагматичної функції мови через використання експресивно-оцінного суфікса *-athon* та референтного маркування слова в контексті проведення благодійної акції, що позначає діяльність, спрямовану на досягнення спільної мети.

В англomовному медійному дискурсі початку XXI століття досить активно використовується повнозначне слово-іменник *exit* у значенні "вихід" у процесі утворення лексичних інновацій. Як складовий елемент телескопійного способу словотворення цей іменник спочатку використовували у повідомленнях у темах виходу Греції з Єврозони – *Grexit* (**Greek** + **exit**): *Citigroup economists Willem Buiter and Ebrahim Rabhari revised their predictions of a Greek exit from the eurozone – or "Grexit" – in the next 18 months up to 50 percent from 25-30 percent in November*. (Business Insider, February 7, 2012). Проте після надання Афінам улітку 2015 року 3-го пакету фінансової допомоги обсягом у 86 млрд. євро строком на три роки виникло відчуття, що найпроблемніша країна європейського валютного союзу виходить із кризи.

Однак у зв'язку з проведенням референдуму (23 червня 2016 року) щодо виходу Британії зі складу Єврозони з'явилися в медійному дискурсі за аналогією до *Grexit* лексичні інновації *Brexit* (**Britain** + **exit**) та її похідні,

зокрема: *Brexiteer* – "людина, яка підтримує процедуру виходу Великобританії з Європейського Союзу", *Brexiter* – "людина, яка захищає вихід Британії зі складу Єврозони": *Stranger things have happened: Before the term "Brexit" was invented, "Grexit" was the far better-known word – and the more plausible scenario.* (Business Insider UK, March 23, 2017).

Та все ж лексична інновація *Grexit* знову все частіше використовується в сучасному медійному дискурсі. Це пов'язано з дискусією про списання Греції боргу, позицією МВФ, виборами в Німеччині, готовністю Греції до подальших реформ: *Amid growing concern about the outbreak of another European financial crisis, German minister Wolfgang Schaeuble said calls to slash the country's debt mountain would lead to Grexit.* (The Daily Mail, February 10, 2017).

Використання автором-журналістом лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, розуміють як прояв індивідуального авторського стилю журналіста, що характеризується створенням доволі об'ємного мовного образу шляхом використання засобів утворення нових слів. Структурну складність лексичних інновацій пояснюють їхньою багаторівневою організацією – поєднанням елементів, що належать до всіх рівнів мовної системи (фонетичного, графічного, морфологічного, лексичного, синтаксичного).

Взаємодія різнорівневих елементів у межах моделі словотвірної деривації безпосередньо пов'язана з процесами динамічного реформування словотвірної системи сучасної англійської мови. А процес усталеності лексичних інновацій спричинено потребами носіїв мови в чітко окреслених як за організацією, так і за функцією одиниць спілкування.

Завдяки використанню лексичних інновацій, що відображають реальність в інформаційних висловленнях, автори англомовного медійного дискурсу початку XXI століття зосереджують увагу читачів на таких подіях, фактах, темах, що вирізняються актуальністю й соціальним значенням, поширюючи тим самим систему цінностей сучасного світу.

Концепція вивчення лексичних інновацій у медійному дискурсі ґрунтується на всіх трьох підходах (структурному, функціональному та тематичному), що дає підстави дослідити особливості функціонування нових слів у сфері масової комунікації.

Висновки до розділу 1

1. Інноваційний процес розширення словникового складу сучасної англійської мови пов'язаний зі створенням лексем, серед яких виокремлюється потенційне слово, okazionale слово та неологізм, відмінність між якими визначається належністю потенційних та okazionalних слів до фактів мовлення, а неологізмів – до явищ мови, а також таких особливостей, як: індивідуальна та соціальна належність, первісна одноразовість та можливість багаторазового використання, контекстуальна залежність та відсутність тісного зв'язку з контекстом, ненормативність та нормативність творення таких одиниць відповідно.

2. Наявні класифікації інновацій ґрунтуються на різних ознаках. За видом мовної одиниці інновації представлені лексичними, семантичними, фразеологічними. За ступенем новизни мовної одиниці виокремлюються сильні та слабкі інновації. Спосіб номінації розрізняє новоутворені слова, значення, сполучення слів, зовнішні та внутрішні запозичення. Спосіб утворення виокремлює запозичення, словотвірні та семантичні інновації. За стилістичним маркуванням інновації поділяють на абсолютні, літературні та стилістичні. У нашій роботі досліджуємо лексичні інновації, які типологізуються за словотвірним способом утворення.

3. Під лексичною інновацією розуміємо лексичну одиницю, значення та варіант слововживання, що іменує нове поняття в різноманітних сферах життєдіяльності людини та забезпечує організацію повідомлення.

4. Модель словотвірної деривації визначають як зразок побудови конкретних лексичних інновацій. Будь-яка лексична інновація створюється за

певною моделлю з відповідною структурною організацією її компонентів і характеризується структурно-смысловими зв'язками між її компонентами, загальним категоріальним значенням словотворчого елемента-конституента та словотворчим значенням, що охоплює твірну основу в серії лексичних інновацій.

5. Типологізація моделей словотвірної деривації здійснюється на основі аналізу компонентів лексичних інновацій та способів їх утворення. Принцип залучення словотворчих засобів і способів словоскладання, афіксації та телескопійної деривації унаочнює морфологічні моделі словотвірної деривації. Залучення неморфологічних способів словотворення лексико-семантичної, лексико-синтаксичної, морфолого-синтаксичної систем розкриває принцип побудови неморфологічних моделей, із-поміж яких у запропонованій роботі представлено моделі скорочення різного типу, а саме: ініціальні скорочення, включаючи аббревіаційні та акронімізовані мовні одиниці, еліпси, усічення (синкопу, апокопу, афери́зу), креолізовані інновації. Морфологічні та неморфологічні моделі представляють групу некомбінованих моделей словотвірної деривації. Друга група моделей утворення лексичних інновацій репрезентована комбінованими моделями словотвірної деривації, що, зі свого боку, поділяється на гомогенні та гетерогенні моделі. Генетична спорідненість елементів і способів словотворення унаочнюють комбіновані гомогенні моделі, а генетично відмінні елементи та способи словотворення в межах утворення окремої лексичної інновації – комбіновані гетерогенні моделі.

6. Лексичні інновації в сучасному англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття як створена засобами масової інформації реальність, яка інтерпретує події, використовуються для повідомлення інформації про появу нових феноменів у житті людини. Використання структурного та прагматичного підходів дає змогу виявити продуктивність моделей словотвірної деривації лексичних інновацій і роль останніх у реалізації стратегій організації англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРНОГО ТА ЛІНГВОПРАГМАТИЧНОГО АСПЕКТІВ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Необхідність дослідження як лексичних інновацій, так і процесів їх утворення полягає в тому, що структура слова, яка визначається словотвірною системою мови, постійно зазнає змін у процесі розвитку мови, відображаючи перетворення реальної дійсності та відповідаючи потребам носіїв мови.

Хоча дослідження словотвору тривають із середини ХІХ століття (спочатку в плані порівняльного аналізу в історичному мовознавстві, що надалі спрямувались у напрямку різних розділів мовознавства) [62, с. 533–534] та ґрунтуються на теоретичному осмисленні накопичених фактів і розробці методів дослідження, створення теоретичних концепцій, проте систематичний збір, опис та аналіз даних про будову слів і способи їх творення продовжують бути предметом сучасної лінгвістики.

Вибір методологічної бази з позиції врахування комплексного характеру мови шляхом поєднання *структурного* та *лінгвопрагматичного підходів* зумовлений необхідністю дослідження лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної дериваційної як одного з найпотужніших джерел поповнення лексичного фонду сучасної англійської мови. Аналіз останніх здійснюємо в чотири етапи: класифікації матеріалу, моделювання словотвірної деривації, лінгвопрагматичного аналізу лексичних інновацій та визначення кількісних характеристик лексичних інновацій у сучасному англомовному медійному дискурсі.

На кожному етапі аналізу досліджуваного матеріалу виокремлюються як формальні, так і смислоутворювальні його ознаки. Матеріал дослідження – лексичні інновації в медійному дискурсі початку ХХІ століття, утворені за

моделями словотвірної деривації, визначається певною складністю, оскільки до уваги береться інформація, що репрезентує, своєрідне зашифроване уявлення людини про реальний світ.

Тому *класифікаційний етап* передбачає відбір лексичних інновацій з англомовних ресурсів – текстових фрагментів медійного дискурсу початку XXI століття.

Моделювання словотвірної деривації передбачає відбір і систематизацію лексичних інновацій відповідно до поєднання їхніх складових елементів-конституентів та способів деривації в межах утворення однієї словотвірної моделі.

Етап лінгвопрагматичного аналізу здійснений відповідно до комунікативно-прагматичного підходу до дослідження англомовних лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, спрямований на розкриття ознак мовних форм, що використовуються для організації стратегій в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття. Проаналізовано процесуальну складову розуміння лексичних інновацій, зафіксованих у сучасному англомовному медійному дискурсі.

Етап визначення *кількісних характеристик лексичних інновацій у сучасному англомовному медійному дискурсі*. Залучення елементів кількісного аналізу об'єктивує отримані результати та визначає частотність використання досліджуваних моделей словотвірної деривації, за якими утворюються лексичні інновації в медійному дискурсі початку XXI століття. Метод статистичного аналізу, який у нашій роботі передбачає використання тільки кількісних показників і відсоткових розрахунків, дає підстави виокремити словотвірні дериваційні моделі, складові елементи яких виявляють найбільшу регулярність у серії аналогічних похідних.

2.1 Класифікаційний етап

Фіксація нових елементів у словниковому складі сучасної англійської мови відбувається як у доповнених виданнях тлумачних словників, так і в спеціальних словниках нових слів, а також текстових фрагментах англomовного медійного дискурсу початку XXI століття. У нашому дослідженні лексичні інновації було віднесено до неологізмів, оскільки їх відбір методом суцільної вибірки із сучасних англomовних медіатекстів було зроблено на основі даних таких спеціальних словників нової англomовної лексики, як: The Oxford Dictionary of New Words [255; 258], Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English [254], New Oxford American Dictionary [253], Macmillan English Dictionary for Advanced Learners [248], New Oxford American Dictionary [253], Cambridge Dictionaries Online [235], Cambridge Advanced Learners Dictionary [234], Cambridge Dictionary of American English [236], Cambridge International Dictionary of English [237], Cambridge Dictionaries Online [235], Merriam-Webster Dictionary Online [252], McFedries P. [251], WordSpy [263], American Dialect Society "Plutoed" Voted 2006 Word of the Year by American Dialect Society [229], Wordnik [262], Dictionary of American Slang [261], Longman Lexicon of English [250], New Words [249], Longman Business English Dictionary [246], Dictionary of Americanisms [245], The Free Dictionary [242], Words pour into English [222], New Media Language [223], New New-word Books [225], Fifty Years among the New Words [224], Among the New Words [226; 227], American Heritage Book of English Usage [230], A Century of New Words [232], Інновації в словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник [56].

Для створення бази матеріалу дослідження з відзначених вище лексикографічних джерел на основі прийомів спостереження, узагальнення, типологізації було виокремлено лексичні інновації з урахуванням у новій структурі їхніх складових конститuentів і нових значень.

Класифікаційний етап дослідження лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, пов'язаний з аналізом компонентних даних англomовних інновацій з урахуванням їхнього інноваційного характеру. Структурна неоднорідність виокремлених і проаналізованих лексичних інновацій та моделей їх утворення унеможливила автоматизований пошук ілюстративного матеріалу.

Відбір матеріалу для встановлення корпусу аналізованих одиниць здійснювався на основі лексикографічного аналізу новітніх англomовних лексикографічних джерел та функціонування лексичних інновацій у медійному дискурсі початку ХХІ століття. Саме такий підхід сприяв розумінню стану розвитку інноваційної лексики в словниковому складі англійської мови на сучасному етапі.

У нашій роботі орієнтиром щодо зарахування лексичних одиниць до новотворів та їх залучення в англomовний медійний дискурс стали фрагменти сучасних англomовних медіа в онлайнверсіях (170 найменувань), що виходили впродовж 2000 – 2017 років.

Добір матеріалу здійснено із сучасних англomовних медіатекстів, включаючи "якісну періодичну пресу" [117, с. 217] (зокрема, газети – Financial Times [304], Los Angeles Times, New York Observer [329; 343], Sunday Mirror [376], Scientific American [366], The Guardian [390], The Huffington Post [391], The Independent [392], The New York Times [398], The Telegraph [407], The Washington Post [410], The Wall Street Journal [409], USA Today [419]; журнали – Time, Newsweek [346; 412], U.S. News & World Report [418]), а також популярну пресу, зокрема: таблоїд (Daily Mail [288]), розважальні (Dance Magazine [292], Feministe [303], MTV News [336], The Loquitur [394], Travel Recreation and Leisure Community [415], TV Guide [416]), медичні видання (AIDS Treatment News [267], Healthworks for You [314], Journal of Vector Borne Disease [321], MD/DO [330], Minding Therapy [333]), освітні газети та журнали (Reference and Education Community [359],

Presidential Studies Quarterly [353], Psychology and Mental Health [356], World Literature Today [425]), християнську пресу (Christian Science Monitor (Boston, MA) [283], National Catholic Reporter [339]), приватні газети (Automotive Design & Production [274], Evening Gazette (Middlesbrough, England) [299], Evening Chronicle (Newcastle, England) [298], Examiner [300], Khaleej Times (Dubai, United Arab Emirates) [323], Liverpool Echo [327], Mena Report [331], Sam Ali Seattle Times [364]), блог-платформи (Bubblews [279]), Food Blogga [306], Internet Bookwatch [320], Live Journal [326], Livescience [328], The Online Citizen [400], Tea & Coffee Trade Journal [380], The Register [403]).

Вибір текстових фрагментів англомовного медійного дискурсу початку XXI століття як матеріалу дослідження пояснюємо тим фактом, що мова сучасних англомовних медіатекстів насичена новими лексичними інноваціями, які відображають важливі події у світі, охоплюючи всі спектри життєдіяльності сучасної людини: новини, бізнес, гроші, спорт, життя, мистецтво.

Використання лексичних інновацій у медійному дискурсі визначається їхньою актуальністю та дієвістю, адже журналіст у процесі створення текстового повідомлення використовує насамперед власномовні ресурси, закладені внутрішніми тенденціями мови, система якої несе в собі постійні можливості до розбудови лексичного складу шляхом процесів словотворення.

Отже, одиниці для аналізу обирались у два етапи: зі словників англійської мови та англомовного медійного дискурсу, що відповідає меті розвідки – виявити лексичні інновації, типи моделей словотвірної деривації, за якими вони утворені, а також дослідити особливості використання лексичних інновацій для реалізації стратегій англомовного медійного дискурсу початку XXI століття.

2.2 Моделювання словотвірної деривації

Після вибірки інновацій було проведено такі процедури дослідження лексичних новотворів: на основі аналізу семного складу елементів-конституентів моделей словотвірної деривації проаналізовано, як семантичні структури твірних компонентів відображені в новому слові, які сфери життєдіяльності сучасної людини відображають досліджувані лексичні інновації та за яких умов відбувається їх реалізація в сучасному англомовному медійному дискурсі.

2.2.1 Структурне визначення моделей словотвірної деривації. Визначення структури моделей за якими утворені англомовні лексичні інновації, задіяні в медійному дискурсі початку XXI століття, передбачає виконання певних завдань, серед яких виокремлюємо визначення одиниць моделі (елементів-конституентів) та збір фактів, що уможливають виявлення взаємозв'язків між елементами-конституентами лексичної інновації відповідно до певної моделі словотвірної деривації.

Лексичні інновації англомовного медійного дискурсу початку XXI століття досліджують за допомогою методу компонентного аналізу, при якому складники лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, використовують для визначення шляхів модифікацій, трансформацій лінгвальних знаків. Моделі словотвірної деривації при такому аналізі розглядаємо як певні схеми (зразки, формули), за якими утворюються серії похідних інновацій, компоненти яких належать до однієї частини мови зі спільним словотвірним значенням, утворені за допомогою одних і тих самих способів (словоскладання, афіксації, телескопії, різноманітних скорочень).

Останнім часом простежується тенденція до збільшення лексичних інновацій, утворених за допомогою моделі словоскладання лексичного типу $N + N$ із постійним конституентним елементом [23, с. 91], наприклад "job".

Аналіз моделі словоскладання N (*job*) + N , перший елемент якої представлений у серії інновацій сучасного англomовного медійного дискурсу, ґрунтується на категоріальних ознаках іменника "*job*", що репрезентує як конкретно-предметні, так і абстрактні характеристики його лексичного значення та формується під впливом прагматичних факторів.

Процедура структурного аналізу моделі на прикладі лексичної інновації *job-seeker* виглядає так.

На *першому етапі* обрані лексичні інновації розподілено за виділеними моделями словотвірної деривації. Оскільки лексична одиниця утворена морфологічним способом словоскладання, то вона відповідає структурі моделі $N + N$.

Подальший аналіз матеріалу показує, що у виявлених лексичних одиницях із сучасного медійного дискурсу за моделлю $N + N$ із першим константним компонентом *job* простежується однотипність структури. Загалом виокремлено 22 лексичні одиниці цієї моделі: *job-seeker, job-locker, job-killer, job-sharer, job holder, job jumper, job hopper, job-report, jobname, job family, job-printer, job site, job control, job evaluation, job-lock, job-gap, job-growth, job-opening, job-spill, job sharing, job-creation*. З огляду на константність елементу *job* у серії представлених похідних можемо говорити про наявність у сучасній англійській мові моделі словоскладання N (*job*) + N .

Іншим прикладом аналогічних лексичних інновацій є використання повнозначного прикметникового слова-компонента *-free*. За допомогою зіставлення цілої низки таких однотипних утворень (загальна кількість – 15 лексичних одиниць), а саме: *tax-free / duty-free / toll free, carriage-free, commercial-free, fancy-free, office-free, risk-free, trouble-free, visa-free* (Додаток 1) визначено, що константний компонент *-free* у складі цих слів функціонує в загальному значенні "вільний від".

Продуктивність елемента-конституента *-free*, тобто здатність давати новоутворення, серійність, а також частота вживання похідних із цим

елементом [39, с. 217], дає підстави виокремити модель словотвірної деривації *N + Adj.(free)* на позначення ознак або функцій реалій дійсності.

Отже, аналіз лексичних інновацій проводиться із застосуванням компонентного аналізу їхніх складових елементів, що уможливлює класифікацію та опис моделі словотвірної деривації.

2.2.2 Семантичне позначення референтів. На *другому етапі* дослідження моделей відбувається розподіл лексичних інновацій за тематичними сферами позначення реалій дійсності, що базується на семантичному та контекстуальному аналізах та має на меті визначити значення лексичних одиниць. Особливу увагу приділяємо аналізу семантичних характеристик нових слів. Оскільки у структурі слова виявляється сполучуваність словотворчих компонентів та їхнє семантичне наповнення, то для встановлення значення виділених лексичних інновацій використовуємо аналіз словникової дефініції, поданий у тлумачних словниках, що розкриває контекстуальне зображення конкретної ситуації.

Обрані лексичні інновації розподіляємо за такими семантичними ознаками: 1) люди (*job-seeker* – "безробітний" [238], *job-locker* – "працівник певної компанії в ситуації, коли він не може перейти в іншу компанію через можливість утрати медичного страхування чи прав на пенсію" [242], *job-killer* – "той, хто ліквідує робочі місця" [259], *job-sharer* – "той, хто поділяє ще з кимось робоче місце" [234], *job holder* – "державний службовець, якому відповідно до статусу зайнятості в трудовому законодавстві Великобританії, починаючи з 2008 року, трудовий стаж автоматично зараховується в трудову пенсію" [234], *job jumper / job hopper* – "людина, яка постійно змінює роботу протягом короткого часу, що може свідчити про кар'єрну нездатність, труднощі в комунікації зі співробітниками" [234]); 2) предмети (*job-printer* – "принтер, який виготовляє бланки, рахунки-фактури, оголошення тощо" [258]); 3) соціальні явища (*job family* – "комплекс робіт, який виконують працівники різних спеціальностей та який передбачає виконання завдань, що

потребують певних знань та навичків" [234], *job-report* – "звіт про виконану роботу" [242], *job control* – "управління виробництвом" [252], *job evaluation* – "визначення оцінки роботи, позиції працівника в компанії, що допомагає компанії вирішити, якою мірою робота приносить прибутки" [252], *job-lock* – "ситуація, при якій працівник не може перейти на іншу роботу через можливість втрати медичного страхування або прав на пенсію" [263], *job-gap* – "перерва в трудовій кар'єрі" [242], *job-growth* – "ріст зайнятості населення" [242], *jobname* – "назва посади або роботи" [238], *job-opening* – "вакансія" [242], *job-spill* – "робота або пов'язані з роботою завдання, які переносяться на особистий час" [263], *job sharing* – "система організації праці, при якій два або більше працівників виконують певну роботу по чергово на одному робочому місці в режимі неповного робочого дня або неповного робочого тижня" [246], *job-creation* – "створення робочих місць" [234], *jobsite* – "сайт оголошень про прийом на роботу" [252]); 4) установи (*job center* – "центр зайнятості" [234]).

Розподіл лексичних інновацій із константним елементом *job* моделі словоскладання $N + N$ за чотирма тематичними групами та їх кількісний аналіз у межах зазначеної моделі, а саме: люди (8 лексем), предмети (1 лексична одиниця), соціальні явища (13 одиниць), установи (1 одиниця), дав змогу виявити позначення найактивніших референтів – люди за провідною ознакою та соціальні явища (Додаток 1).

Застосування аналізу словникової дефініції в подальших кроках дослідження дає підстави виділити в семному складі лексичної одиниці *job-seeker* семи, що містяться в лексичному значенні цього слова і є певною складовою, що організовує його структуру. Установлення наявності семи 'person' є підставою до віднесення цієї лексичної інновації до таких, що позначають людей.

На *третьому етапі* відбувається дослідження конститuentів похідної лексеми *job-seeker*. Суфіксальний елемент *-er* відомий закріпленою ознаковою семою 'denoting someone that performs a specified action or activity'

[258]. Диференційну ознаку лексеми *job-seeker*, як семантична ознака родової залежності, виявляється на основі компонентного аналізу словникової дефініції – "an unemployed person who is trying to get a job" [238].

На *четвертому етапі* проводиться контекстуальний аналіз фрази, у якій похідна лексична одиниця з константним елементом *job* використовується в медійному дискурсі. Наприклад, ознака "видова деталізація, що відображає належність учасників до певних груп людей" [100, с. 268], демонструє випадок використання лексичної одиниці *job-seeker* у фрагменті медіатексту. На тлі зростання складного соціально-економічного явища безробіття роботодавці ставлять досить високі вимоги до людей, які шукають роботу. Шанси на працевлаштування мають ті, хто, як представлено в наступному реченні, здатні продемонструвати певні кваліфікативні ознаки: *It is more important for the **job-seeker** to show by actions and demeanor that he or she is enthusiastic, competent and genuinely interested in doing a good job.* (The Wall Street Journal, March 20, 2011).

Аналіз лексичних інновацій моделі *N + Adj.(free)* дає підстави вирізнити такі значення: 1) "той, що не містить, не включає в себе те, на що вказує перший компонент слова в процесі зображення видів дієтичного харчування": *carbohydrate-free* – "з низьким рівнем вуглеводів" [238], *GMO-free* – "натуральний продукт" [234], *fat-free* – "знежирений" [252], *salt-free / sugar-free* – "не містить солі / цукру" [234]; 2) "позбавлення від небажаного компонента або діяльності": *acid-free* – "не містить ніяких шкідливих кислот, що можуть пошкодити певні предмети" [234], *cruelty-free* – "(у процесі виготовлення косметичних або інших продуктів) не пов'язаний із тестуванням на тваринах" [252], *nuclear-free* – "заборона розробки та виготовлення, використання та випробувань ядерної зброї" [252]; 3) "відсутність хвороби або її збудників": *germ-free* – "стерильний" [252], *substance-free* – "здоровий спосіб життя, вільний від алкоголю, нікотину та наркотиків" [258].

Пояснення використання лексичних інновацій зі сталим компонентом *-free* подає автор-журналіст у наступному прикладі одного з найавторитетніших і найвідоміших друкованих видань у світі "Forbes": *The -free construction means that we're free of whatever is being referenced, such as germ-free, fat-free or carbohydrate-free.* (Forbes, April 23, 2009). Виокремлений компонент *-free* унаочнює інформацію для споживачів у значенні "той, що не містить, не включає в себе те, на що вказує перший компонент слова" [238], "звільнений від" [238] під час відображення видів дієтичного харчування, сфери виробництва продуктів, засобів побутової хімії, що не містять шкідливих для здоров'я речовин.

Вивчення англомовних лексичних інновацій у медійному дискурсі початку XXI століття спрямоване на виявлення тенденцій поповнення словникового складу сучасної англійської мови композитними одиницями за зразком конкретного слова з певним константним компонентом. Такий константний компонент використовується у структурі морфологічних моделей словоскладання, афіксації, телескопійної деривації для задоволення потреб суспільства фіксувати появу нових реалій, об'єднаних спільною ознакою.

Під час аналізу моделей словотвірної деривації, за якими утворені англомовні лексичні інновації, визначаються не лише способи та засоби відображення загальноприйнятих типових ситуацій, але й ідентифікуються аналогічні нові ситуації. Фонова інформація, знання, що стоять за лексичною інновацією, дають змогу адекватно сприймати модель, при якій створюється нове слово. При цьому саме модель словотвірного деривата й доповнює, а в деяких випадках і створює контекстуальне наповнення відображених за допомогою лексичних інновацій реалій дійсності.

Розгляд семантичних ознак складників лексичних інновацій, утворених за виокремленими моделями словотвірної деривації, дає підстави виявити, як семантична структура твірних конститuentів відображається в лексичній

інновації та яке нове значення набуває така лексична одиниця, що здатна іменувати нові референти.

2.3 Лінгвопрагматичний аналіз лексичних інновацій

Лінгвопрагматичний аналіз передбачає визначення особливостей представлення лексичних інновацій в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття та виявлення тактико-стратегічної організації висловлень з інноваційними словами, що включає 7 етапів.

На першому етапі виконується *таксономічна процедура*, яка полягає у виділенні з ілюстративного матеріалу методом суцільної вибірки фрагментів дискурсу, у яких наявні лексичні інновації, утворені за зазначеними моделями.

На другому етапі здійснюється *процедура визначення стратегічної організації* англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття з лексичними інноваціями, яка базується на використанні контекстуальної інтерпретації, завдяки чому визначається тип стратегій, а також лінгвопрагматичного аналізу, що встановлює інтенцію автора під час реалізації стратегій медійного дискурсу як сукупності мовних дій [214, с. 386–418] та залучення лексичних інновацій.

У нашому дослідженні контекстуальний аналіз використання лексичної інновації й дає підстави визначити характер стратегічної організації медійного дискурсу, її співвіднесення з потребами потенційного читача. На основі контекстуально-інтерпретаційного аналізу використання лексичних інновацій з урахуванням їх семного складу та моделей, за якими вони утворюються, виокремлюються стратегії, що реалізуються в тактиках.

Процедуру дослідження *тактики позиційного розміщення* лексичних інновацій розглянуто на третьому етапі в рамках реалізації текстової *стратегії привернення уваги*, яка має на меті узагальнити або деталізувати інформацію, що підводиться під нову лексему та базується на використанні

останньої в анафоричній або катафоричній позиціях у медійному дискурсі. В анафоричній позиції лексична інновація представляється після введення певної контекстуальної ситуації, на якій зосереджується увага адресата повідомлення. Таке подання лексичної інновації створює відчуття глибокого проникнення в суть нового явища, підводячи читача до загального висновку, положення, який він приймає від автора-журналіста. Позиція катафоричного розміщення лексичної інновації, навпаки, надає докладну інформацію про нову реалію дійсності після її введення в текст повідомлення, що відповідає структурі словникової дефініції.

На четвертому етапі процедура лінгвопрагматичного аналізу лексичних інновацій у сучасному англomовному медійному дискурсі в рамках стратегії привернення уваги передбачає встановлення *тактики пояснення явища, представленого лексичною інновацією*, що включає розгляд низки комунікативно-прагматичних прийомів під час їх пояснення, а саме: деталізації, порівняння, дефініції, коментаря.

Функціонування лексичних інновацій розглянуто на основі *інформаційно-інтерпретаційної стратегії*, що розгортається завдяки *тактикам інформування та апеляції до авторитетів*, аналіз яких здійснено на п'ятому етапі нашого дослідження.

За умови використання лексичної інновації *greenwash* представлення реального стану довкілля протиставляється політиці, яку здійснюють підприємства стосовно екологічної безпеки, а саме: приховуються випадки аварійного забруднення навколишнього природного середовища або фальсифікуються відомості про стан екологічної обстановки [234]. У формі фактичного твердження (у катафоричній позиції представлення лексичної інновації *greenwash*) повідомляється, що образ дбайливого ставлення до навколишнього середовища є неправдивим, оскільки споживачів навмисно вводять в оману щодо стану та екологічних наслідків промислової діяльності (*deliberately misleading consumers about their eco-credentials*). Тактика інформування про стан довкілля в аналізованому реченні реалізується

автором через використання лексичної інновації *greenwash*, утвореної способом словоскладання, що подається в лапках для привернення уваги до найбільш важливої частини повідомлення: *MTV is launching a global marketing push to tackle climate change that includes a TV ad attacking businesses guilty of “greenwash” – deliberately misleading consumers about their eco-credentials.* (The Guardian, September 11, 2008).

На шостому етапі виокремлюємо *тактики формування як позитивної, так і негативної оцінки*, що містяться в семі складового елемента-конституента лексичної інновації. Зазначені тактики реалізують *стратегію оцінки* в англomовному медійному дискурсі. Наприклад, використання прикметника *friendly* як компонента композит-інновацій, у семному складі якого міститься денотативне значення "suitable for particular people to use" [234], у наступному медіатекстовому прикладі формує в потенційного читача оцінні судження про сімейні цінності: *“If we're such a “family values”-friendly nation, why are we so willing to let our kids be abused for the sake of making money?”* (The Huffington Post, March 26, 2012). Проте автор-журналіст, попри використання афіксального елемента *-friendly* інновації *"family values"-friendly*, доволі скептично ставиться до таких "цінностей", відображаючи й інший бік сьогодення через створення негативної оцінки, коли діти самостійно вирішують, як заробити гроші, тому потрапляють у небезпечні для свого життя ситуації (*why are we so willing to let our kids be abused for the sake of making money?*).

Тактики *апеляції до потреб існування індивіда та апеляції до самоактуалізації та чуттєвого задоволення* на сьомому етапі дослідження трактуємо як прояв *стратегії апеляції до потреб*. Наприклад, уживання лексичних одиниць *middle-class* та *private preschool* у наступному прикладі з анафоричним розміщенням інновації: *Most middle-class parents can't afford a few hundred bucks a week for private preschool.* (Press Release, February 14, 2013) виявляють апеляцію до потреб у належності, подану автором у двох площинах: препозитивне означення *middle-class* передає класову структуру

суспільства, а *preschool* (еліптизована лексична одиниця з повною субстантивацією прикметника) – тип освітніх закладів (дошкільний навчальний заклад). Аналізоване речення, присвячене дошкільним закладам освіти, акцентує увагу потенційного читача на середньому класі суспільної ієрархії за допомогою лексичних одиниць статусної вертикалі "*most*" та "*a few*", що відображають суспільний стан людини, який інтерпретується за допомогою понять "вище – нижче" [100, с. 56], коли повідомляють про великі фінансові витрати (*a few hundred bucks a week*) та фінансову неспроможність таких батьків (*parents can't afford*) навчати дітей у приватних закладах, сплачуючи за навчання.

Отже, аналіз англомовних лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації на матеріалі англомовного медійного дискурсу початку XXI століття, здійснюємо із застосуванням процедур виділення з досліджуваного матеріалу випадків уживання лексичних інновацій за зазначеними моделями, що розглянуті з таких позицій: реалізація текстової стратегії привертання уваги читача завдяки тактикам позиційного розміщення та пояснення явищ, представлених лексичними інноваціями. Визначення прагматичних інтенцій журналіста здійснюємо на основі процедур аналізу тактико-стратегічної організації медійного дискурсу з лексичними інноваціями.

2.4 Кількісний розподіл лексичних інновацій у сучасному англомовному медійному дискурсі

Елементи кількісного аналізу використані для виявлення ступеня репрезентативності лексичних інновацій в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття та їхніх характеристик.

Обробка виокремлених у процесі дослідження лексичних інновацій включає редагування та кодування інформації, що полягає в уніфікації та формалізації отриманої під час проведеного дослідження інформації у

вигляді схем побудови моделей словотвірної деривації, за якими утворюються виокремлені лексичні інновації [22, с. 130–133]. Така процедура включає побудову схем за принципом генетичності моделі. У представленному дослідженні принцип генетичності визначається аналізом складових компонентів лексичних інновацій та способом деривації.

Процедура кількісного аналізу лексичних інновацій полягає в підрахунку частоти вживань лексичних одиниць. При цьому звертаємо увагу на той факт, що кількісні характеристики вживання лексичних інновацій з певним константним елементом-конституентом відображають деякі суттєві сфери життєдіяльності сучасної людини, на які впливають соціальні явища та процеси.

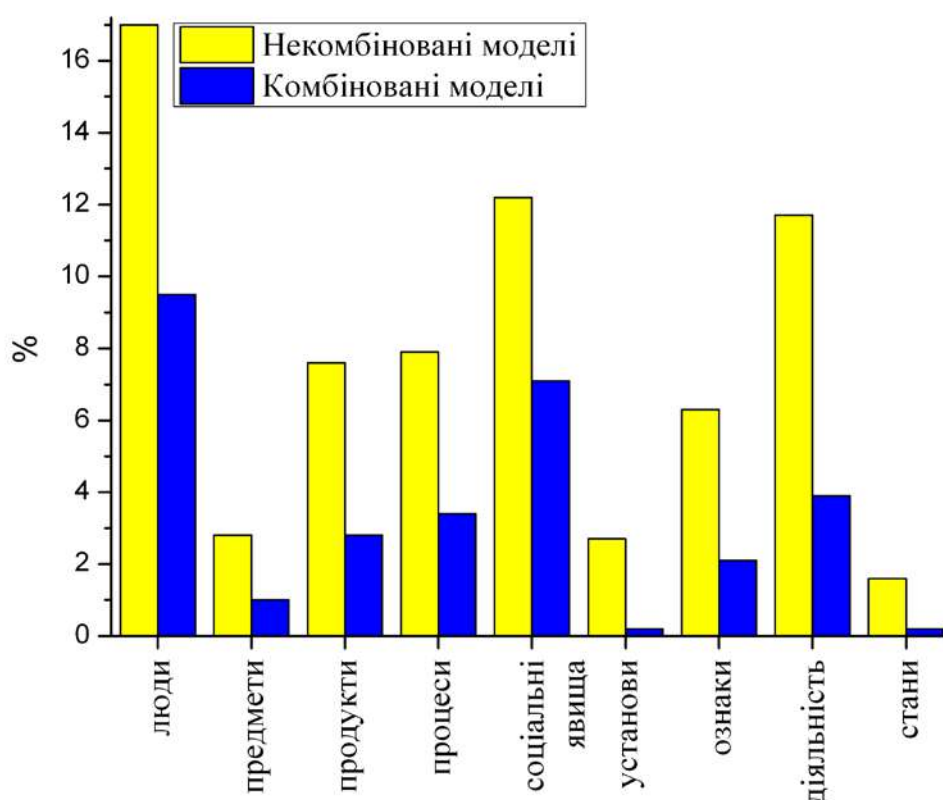


Рис. 1. Репрезентація референтів лексичними інноваціями, утворених за словотвірними моделями

На зазначеному етапі нашого дослідження проаналізовано продуктивність позначення референтів лексичними інноваціями, серед яких

люди, предмети, продукти, процеси, соціальні явища, установи, ознаки, діяльність, стани (Рис. 1).

На Рисунку 2 демонструємо продуктивність лексичних інновацій, утворених за некомбінованими моделями словотвірної деривації, задіяних в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття. Зокрема, найвищу активність у морфологічних моделях творення лексичних інновацій виявили одиниці, що позначають людей. Серед лексичних одиниць, утворених за моделями скорочення, найпродуктивнішими є інновації на позначення соціальних явищ.

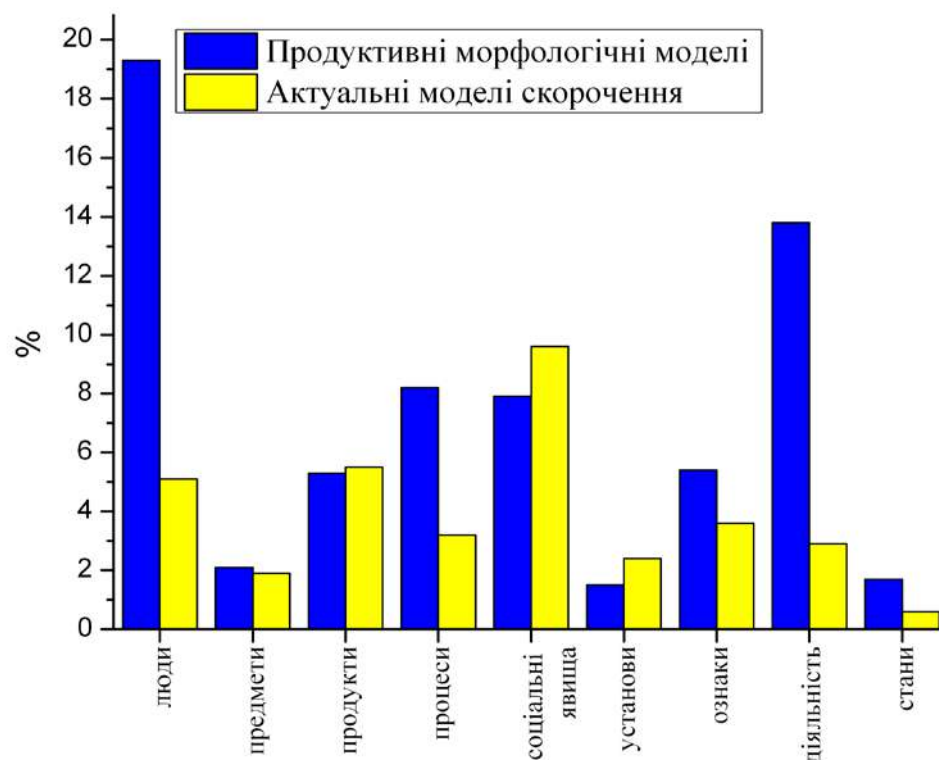


Рис. 2. Репрезентація референтів лексичними інноваціями, утворених за некомбінованими словотвірними моделями

Позначення лексичними одиницями референтів у межах новоутворень комбінованих моделей словотвірної деривації показало різну продуктивність творення вторинних мовних одиниць. Зокрема, найвищу активність у

гомогенних моделях виявили одиниці, що іменують людей, а в гетерогенних – лексеми, які називають людей та соціальні явища (Рис. 3).

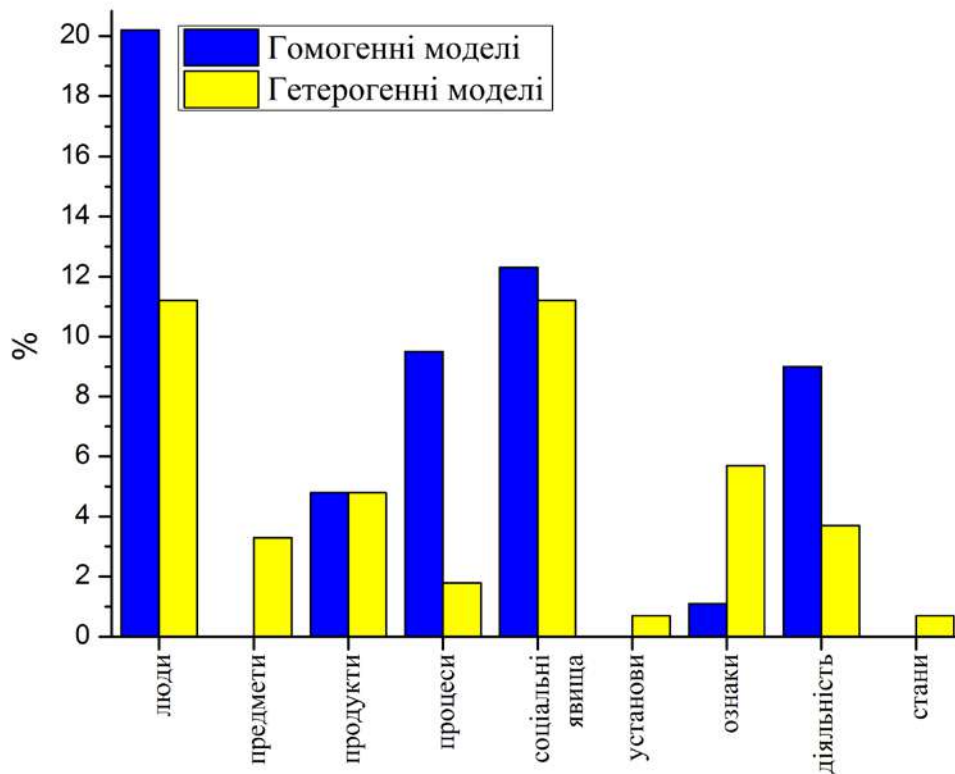


Рис. 3. Репрезентація референтів лексичними інноваціями, утворених за комбінованими словотвірними моделями

Висновки до розділу 2

1. Аналіз лексичних інновацій в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття відповідно до запропонованих структурного та лінгвопрагматичного підходів спрямований на виявлення зв'язку між словотвірною структурою деривата, динамікою його семантики та особливостями його функціонування.

2. Лексичні інновації, утворені за моделями словотвірної деривації, аналізуємо в чотири етапи: класифікація матеріалу, моделювання словотвірної деривації, лінгвопрагматичний аналіз лексичних інновацій та

визначення кількісних характеристик лексичних інновацій у сучасному англомовному медійному дискурсі.

3. Класифікаційний етап спрямований на створення бази матеріалу дослідження на основі аналізу новітніх англомовних лексикографічних джерел та сучасних медіатекстів початку XXI століття серед якісних та масових видань в on-line версії.

4. Для моделювання словотвірної деривації на позначення референтів використано аналіз семного складу лексичних інновацій, що дає змогу визначити, як досліджувані одиниці відображають особливості життєдіяльності людини, та встановити умови їх реалізації в сучасному англомовному медійному дискурсі.

5. Лінгвопрагматичний аналіз тактико-стратегічної організації англомовного медійного дискурсу початку XXI століття проводимо за такими процедурами: вибором фрагменту тексту, що містить лексичні інновації; визначенням стратегій і тактик, які актуалізують інновації, аналізом ролі лексичних інновацій у тактико-стратегійній організації англомовного медійного дискурсу початку XXI століття.

6. Кількісні характеристики лексичних інновацій у сучасному англомовному медійному дискурсі та моделей їх утворення дають змогу визначити як частотність використання моделей словотвірної деривації, так і активність складових елементів зазначених моделей, що виявляють закономірну стабільність у структурі моделі та залучаються до подальших процесів деривації в процесі позначення нових референтів.

РОЗДІЛ 3

МОДЕЛІ СЛОВОТВІРНОЇ ДЕРИВАЦІЇ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Процес творення англомовних лексичних інновацій відбувається за словотвірними моделями-зразками, які розглянуто в розділі. У роботі типізовано моделі словотвірної деривації відповідно до способу творення та складових елементів нових одиниць. Принцип генетичної спорідненості англомовних лексичних інновацій, пов'язаних спільністю походження з морфологічними моделями словотвірної деривації та моделями скорочення, іменуємо в нашій роботі *некомбінованими моделями* словотвірної деривації. Механізм утворення *комбінованих моделей* словотвірної деривації представлений двома основними групами – *гомогенними*, що є результатом поєднання генетично споріднених елементів і способів творення лексичних інновацій, та *гетерогенними*, утворення лексичних інновацій за якими відбувається поєднанням генетично неспоріднених елементів і способів словотворення.

З точки зору продуктивності моделі поділено на високопродуктивні (за допомогою кожної з яких утворилося більше 20% одиниць), середньопродуктивні (за допомогою кожної з яких утворилося від 10% до 20% лексем) та низькопродуктивні (за допомогою кожної з яких утворилося від 1% до 10% інновацій). Запропонована шкала була розроблена нами для зручності класифікації продуктивності моделей утворення лексичних інновацій в англомовному медійному дискурсі початку ХХІ століття.

3.1 Продуктивні морфологічні моделі творення лексичних інновацій

У складі некомбінованих морфологічних моделей словотвірної деривації виокремлено такі лексичні інновації, утворені способом афіксації, словоскладання та телескопійної деривації, що залучаються в англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття для найменування людей за професійною ознакою, видів економічної, наукової, інформаційної діяльності та реалій суспільного життя.

3.1.1 Афіксація. Морфологічний спосіб словотвору шляхом додавання до основи афіксів (суфіксів та префіксів – дериваційних морфем) [20; 30; 154; 157; 168; 202] виявив найбільшу продуктивність утворення лексичних інновацій, задіяних в англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття. Виконуючи дериваційну функцію, афікси містять у своїй семантиці, окрім набору певних лексичних значень, як-то: особи, одиничності, збірності, дії, стану тощо – ще й власні семантичні реалізації іменування дійсності.

Структурний аналіз виокремлених лексичних інновацій засвідчує високу продуктивність суфіксальних та префіксальних морфологічних моделей творення лексичних інновацій, загальна кількість яких представлена 279 одиницями, що становить 43,3% одиниць, утворених за морфологічними моделями.

3.1.1.1 Суфіксація. У виявлених 112 лексичних інноваційних одиницях, утворених шляхом суфіксації, у плані частотності суфікси представлено трьома групами: 1) високопродуктивними (*-ism* (25 % лексем), *-ist* (21% одиниць), *-ing* (20 лексем)); 2) середньопродуктивними (*-er*, *-eer*, *-or* (14% лексичних одиниць), *-splaining* (10% лексем)); 3) низькопродуктивними (*-dom* (7% лексем), *-hood* (5% лексем)).

Лексичні інновації, утворені зазначеним способом, іменують людей (60 одиниць); види діяльності (42 інновації); феномени дійсності (8 одиниць);

стани (2 випадки). Виокремлені 60 лексем, утворених шляхом суфіксації, позначають людей у різних значеннях: 1) прихильників, дослідників / діячів (27 лексеми); 2) людей, об'єднаних притаманними їм якостями в певному проміжку життя (11 новотворів); 3) людей, які ведуть певний спосіб життя (10 одиниць); 4) людей за видом професійної діяльності, кваліфікації (9 лексем); 5) прибічників соціальних організацій (2 одиниці); 6) літературних персонажів (1 одиниця).

Іменники, утворені за моделлю *N + -ist* із високопродуктивним агентивним суфіксом *-ist* позначають людей, які є послідовниками відповідного вчення, політики або діячами у сфері, що позначена основою, що визначається безпосередньо семним аналізом суфікса *-ist* – ‘denoting an adherent of a system of beliefs, principles, etc.’ [258]. Наприклад, *brocialist* – "чоловік, який має прогресивні погляди, але є нечутливим до жінок і зневажає феміністичні проблеми" [263], *slanguist* – "мовознавець, який вивчає сленг" [263], *solutionist* – "той, хто вміє вирішувати проблеми або розгадувати головоломки, пазли" [263], *tartanist* – "прихильник використання шотландських образів та реквізиту в різних сферах життя" [263]. Загальна кількість лексичних інновацій цієї моделі – 23 (Додаток 1).

Середньопродуктивні суфікси *-er / -eer / -or* у складі морфологічної моделі *N + -er (-eer / or)* за семантичною ознакою традиційно репрезентують ‘a person or thing that performs a specified action or activity’ [258]. Інновації із суфіксами *er / -eer / -or* в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття вжито на позначення: 1) осіб, які виконують певну діяльність ("referring to people who are connected or involved with that particular thing" [234]), наприклад: *binner* – "людина, яка збирає використані пляшки, банки для продажу" [213, с. 89], *capitulator* – "дезертир; людина, яка здається в полон" *fusioneer* – "дослідник явища ядерного синтезу з метою створення ядерного реактора" [258]; 2) прибічників соціальних тенденцій ("denoting a person belonging to a specified place or group" [258]): *anti-tracker* – "людина, яка виступає проти поділу учнів на групи залежно від академічних успіхів у

початковій школі" [258], *Brexiteer* – "людина, яка підтримує процедуру виходу Великобританії з Європейського Союзу" [258], *drifter* – "шанувальник екстремального керування автомобіля з крутими віражами на поворотах" [258]; 3) людей, які мають певне призначення ("denoting a person or thing that has a specified attribute or form" [258]): *dementor* – (із серії книг про Гарі Поттера) "вигадана істота, яка може позбавити будь-кого щастя" [242]. Загалом корпус лексичних інновацій цієї моделі становить 16 лексичних одиниць (Додаток 1).

Низькопродуктивні суфікси *-dom* та *-hood* утворюють іменники, що позначають угруповання людей. Оскільки семантичне представлення суфікса *-dom* відповідає семі 'a class of people' [258], то, відповідно, лексичні інновації (8 одиниць) моделі *N + -dom* репрезентують об'єднання людей, які ведуть характерний спосіб життя: *biohackerdom* – "генетики-аматори, які цікавляться генетичним кодом" [213, с. 89], *nerddom* – "вундеркінди, фахівці в галузі новітніх технологій, хакери" [56, с. 138], *gurudom* – "гуру – духовні наставники" [238].

Суфікс *-hood* використовують у процесі утворення лексичних інновацій зі значенням "a collection or group" [258]. У кількісному розрахунку зазначена модель представлена 6 одиницями (Додаток 1). Новотвори моделі *N + -hood* номінують сукупності людей, об'єднаних у категорію у зв'язку з притаманними їм якостями: *priesthood* – "духовенство, священство" [238], *sainthood* – "канонізовані святі" [238]. Водночас зазначений суфікс в інших проаналізованих лексемах позначає феномен як деяке незвичне, виняткове явище, наприклад: *otherhood* – "стан буття жінки, яка не є матір'ю" [263], *waithood* – "етап у житті молодих випускників коледжу, коли заміжжя відкладається, допоки не буде знайдено роботу або накопичено достатньо фінансів для життя" [263].

Лексичні інновації, що позначають діяльність, утворені за моделлю *N + -ing*, оскільки за високопродуктивним суфіксом *-ing* закріплена сема 'process' [258]: *dictionarying* – "дія з пошуку слів у словнику" [259], *adulting* –

"поведінка, що відповідає вчинкам дорослого з виконанням рутинних, але необхідних завдань" [258], *blogging* – "дільність зі створення Інтернет-журналу" [238], *ghosting* – "незаконне маніпулювання курсами акцій компанії двома або більше маркет-мейкерами" [246], *hiving* – "діяльність із перетворення власного будинку в основне місце роботи, відпочинку та на центр суспільної діяльності" [263].

Крім того, зазначений суфікс *-ing* використовують і на позначення актуальної предметної дії шляхом транспозиції дієслова в іменник зі збереженням загального дієслівного значення, наприклад, як у випадку використання іменника *tracking* – "поділ учнів на групи залежно від академічних успіхів у початковій школі" [213, с. 332], що закріпився в мові як поняття диференціації навчання учнів і пов'язаний з однією з важливих проблем сучасної середньої освіти. Загалом було виокремлено 20 лексичних новоутворень за цією моделлю (Додаток 1).

У структурі моделі *N + -splaining* середньопродуктивна суфіксальна морфема *-splaining* є скороченим варіантом лексичної одиниці *explaining*, що визначається семою 'спосіб пояснення чогось, що є притаманним для певної кількості групи людей'. Разом було виокремлено 11 лексичних інновацій цієї моделі (Додаток 1), наприклад: *ablesplaining* – "зверхнє пояснення обмежених можливостей людиною, яка ніколи не мала інвалідності" [259], *econosplaining* – "пояснення привілейованою особою, яка вважає себе експертом, економічних питань людині, яку вважають бідною", *mansplaining* – "манера розмови, використовуючи яку чоловік пояснює щось жінці за допомогою спрощених формулювань, роблячи знижку на її стать" [252], *nerdsplaining* – "пояснення надмірно інтелектуальним, нав'язливо деталізованим способом, особливо якщо ця тема є неясною або високотехнічною" [263].

Соціальні феномени позначають лексичними одиницями, утвореними за моделлю *N + -ism*, де суфікс *-ism* має сему 'a philosophy, religion, political movement' [234]. Традиційне значення лексичних одиниць, утворених за моделлю *N + -ism* – "вчення, напрямок, теорія, політика, що асоціюються з

конкретною особою", можуть репрезентувати також і поняття, пов'язані з важливими проблемами сучасності, наприклад, *ableism* – "системна дискримінація і соціальне упередження проти людей з інвалідністю" [258], *voicism* – "прояви дискримінації до осіб із незвичним голосом, вимовою звуків, інтонацією тощо" [263]. Усього виявлено 28 лексичних інновацій за цією моделлю (Додаток 1).

Отже, суфіксальні моделі демонструють високу продуктивність, про що свідчать лексичні інновації англomовного медійного дискурсу початку XXI століття (загальна кількість – 112 виокремлених нових слів). З огляду на сфери відображення дійсності серед проаналізованих лексичних інновацій виокремлено чотири групи одиниць, що вживаються для найменування: **людей** (53% одиниць); **видів діяльності** (38% одиниць); **феноменів дійсності** (7% одиниць); **станів** (2% одиниць). Лексичні інновації, утворені за моделями N + -ist та N + -er (-eer / or) позначають прихильників та послідовників учень, осіб, що виконують певну діяльність, прибічників соціальних тенденцій. Крім того, одиниці, утворені за моделлю N + -or номінують людей, які мають певне призначення; N + -dom, N + -hood – угруповання людей за способом життя та якостями. Моделі N + -ing, N + -ism використовуються у процесі утворення лексичних інновацій, що позначають види діяльності; моделі N + -ing, N + -hood – феномени дійсності; модель N + -hood – стани.

3.1.1.2 Префіксація. Утворення англomовних лексичних інновацій у сучасному медійному дискурсі шляхом поєднання префіксів з основами або зі словами характеризується високою продуктивністю, підтвердженням чого є 185 виокремлених одиниць.

Лексичні інновації, утворені за допомогою 11 префіксів: *cyber-*, *de-*, *dis-*, *techno-*, *co-*, *neuro-*, *net-*, *multi-*, *poly-*, *super-*, *hyper-*, розподілено на 5 груп які позначають: 1) інформаційно-мережеві, кібер-технічні поняття; 2) інтенсивність, експресивність, надмірність, певну перевагу ознак предметів; 3) людей за способом життя та нові явища, що є протилежними до

вже наявних; 4) спільну діяльність і людей, які її виконують 5) явища, пов'язані з нервовою системою та мозком.

За допомогою приєднання префіксів *cyber-*, *techno-*, *net-* до іменникової основи сумарно утворилося 79 одиниць, які позначають інформаційно-мережеві, кібер-технічні поняття (Додаток 1).

Високою продуктивністю відзначився префікс *cyber-*, який було виокремлено з лексичної одиниці *cybernetic* зі закріпленою семою 'of, relating to, or involving computers or computer networks (such as the Internet)' [252]. Сфери використання цього префікса є надзвичайно широкими, про що свідчать дослідження як українських, так і зарубіжних учених [52; 87; 172, р. 385–390].

Лексичні новотвори з префіксом *cyber-* моделі *cyber-* + *N* згруповано відповідно до позначення тих референтів, які репрезентують людей за ознакою впливу на їхнє життя глобальної комп'ютерної мережі (*cyberathlete* – "професійний гравець комп'ютерних ігор" [238]); продукти інформаційних технологій (*cybercash* / *cybermoney* / *cybercurrency* – "електронні гроші" [246]); соціальні явища (*cyberattack* – "кібератака, кібернапад" [252], *cybersecurity* – "безпека від нападів на інформаційні, комп'ютерні системи" [213, с. 129]); діяльність (*cybercommerce* / *cybershopping* / *cyber-bazaar* – "Інтернет-торгівля, Інтернет-придбання" [213, с. 127]); установи (*cybermall* / *cyberplaza* / *cybershop* – "Інтернет-магазини, торгові центри" [213, с. 128]). Загальна кількість виокремлених інновацій цієї моделі – 59 новотворів (Додаток 1).

Високопродуктивна префіксальна модель *techno-* + *N* активно використовується в процесі утворення лексичних інновацій, що іменують прояви науково-технічного прогресу. Зазначена модель репрезентована 16 лексичними інноваціями (Додаток 1).

Виокремлені лексичні одиниці, утворені за моделлю з префіксом *techno-*, пов'язані з семою 'relating to or involving technology' [234] та використовуються на позначення таких референтів, як: люди, життя яких

зумовлене впливом сучасної техніки (*technophobe* – "хто побоюється наслідків технологічного розвитку на суспільство та навколишнє середовище" [234]); феномени (*techno-creep* – "поступове проникнення і впровадження нових видів техніки в усі галузі суспільного життя" [263]); місце (*technoburb* – "(інфраструктура) приміський район, який містить непропорційно велику кількість наукових центрів і технологічних підприємств" [213, с. 323]); діяльність (*technotourism* – "вид туризму з концертами, фестивалями для аматорів музики "техно" [242]).

Префікс *net-* 'the part of an internet address that shows it belongs to a network or a business' [234] виокремлено з одиниці "network". Низькопродуктивний префікс *net-* у серії лексичних інновацій з іменниковою основою (4 одиниці) використовують для номінації пристроїв (*netbook* – "невеликий мобільний комп'ютер, основне призначення якого полягає в доступі до Інтернету та роботі з офісними програмами" [252]); соціальних явищ (*netroots* – "громадський рух, який використовує Інтернет для спілкування, координації певних дій, а також збору коштів" [213, с. 239]).

Група лексичних інновацій, утворена за допомогою префіксів, що створюють ефект інтенсивності, експресивності, надмірності, певної переваги ознак предметів (49 одиниць), характеризуються використанням запозичених з інших мов афіксів, яких виокремлено 4, а саме: *multi-*, *poly-*, *super-*, *hyper-*.

Високопродуктивна префіксальна модель *super-* + *N*, де сема префікса 'over, beyond, above, in excess' [258] у процесі утворення лексичних інновацій надає значення надмірності, використовується для найменування змін у житті суспільства, пов'язаних із науково-технічним прогресом. Лексичні інновації за зазначеною моделлю позначають: людей за характерною ознакою (*superinfector* – "особа, яка є носієм інфекції та свідомо її розповсюджує" [263]); пристрої (*superdator* – "найпотужніша комп'ютерна система, що характеризується широким використанням та рівнем розвитку технологій" [213, с. 319]); процеси (*super-gentrification* – "швидка

реконструкція та оновлення будівель у раніше нефешенебельних частинах міста та асоційований із ним переїзд до району багатших мешканців" [242]; ознаки (*supersize* [252]). У кількісному виразі ця модель представлена 18 лексичними новотворами (Додаток 1).

Високопродуктивний префікс *hyper-*, сема якого 'having too much of a quality' [234] створює гіперболічний ефект, входить до складу моделі *hyper-* + *N* (загалом розглянуто 14 лексичних одиниць (Додаток 1)). Лексичні інновації зазначеної моделі використовуються в процесі іменування: людей за прихильністю до способу життя (*hyperbeast* – "вуличні модники класу люкс: підлітки, які стежать за модою, трендами, стилем заради того, щоб вразити ровесників" [259]); предметів (*hypercar* – "екологічно чистий автомобіль" [213, с. 197]); соціальних явищ (*hyperdating* – "побачення з декількома людьми протягом короткого часу" [56, с. 106], *hyperdocumentation* – "повний, докладний запис подій приватного життя в соціальних мережах" [263]); процесів (*hyperengineering* – "поєднання процесів ділової діяльності в єдиний "мегапроцес" [213, с. 197]).

Про середню продуктивність префікса *multi-* свідчить той факт, що загалом було виявлено 15 лексичних одиниць, утворених за його допомогою. Префікс *multi-* генералізував зміст найрізноманітніших явищ та діяльності із загальною семантичною ознакою 'more than one, many' [258], наприклад: *multi-address(ing)* – (комп'ютерна сфера) "інструкція, яка має більш ніж одну адресну частину команди" [246], *multicrastinating* – (діяльність) "зволікання, при якому виконуються декілька завдань, що виключають одне одне" [259], *multiracial* – (суспільство) "людина, яка за походженням належить до декількох рас та етнічних груп" [213, с. 232].

Низькопродуктивний префікс *poly-* у складі інновацій (2 одиниці) репрезентує референти у значенні "many, much" [258]. В англomовному медійному дискурсі знаходимо лексичні інновації, що співвідносяться з реаліями суспільного життя, як-то: *polyattentiveness* – "здатність спостерігати

та слухати про декілька різних подій, речей одночасно" [213, с. 262], *polyfidelity* – "вірність партнерам у полігамних стосунках" [263].

Префікси *de-*, *dis-* унаочнюють префіксальні моделі *de-* + *N*, *dis-* + *N* (виокремлено 22 і 7 лексичних інновацій за цими моделями відповідно). Загальне значення цих префіксів характеризує соціальну детермінованість, оскільки за ними закріплені семи 'opposite; remove; reduce' [234]. Середньопродуктивний префікс *de-* використовується для творення лексичних інновацій, що іменують соціальні явища, які виникають як протилежна реакція на вже наявні, наприклад, *de-arming* – "операція, у якій зброя переходить зі стану готовності в безпечний стан" [242], *deauthorisation* – "відмова від попередньої офіційної згоди на певний документ" [213, с. 133] та людей за способом життя: *deshopper* – "особа, яка купує товар, а потім здає його в магазин і отримує гроші" [213, с. 137].

Низькопродуктивна модель *dis-* + *N* відображена у лексичних одиницях, що позначають нові соціальні явища, які є прямо протилежними вже наявним, а саме: *disattention* – "навмисна відмова звернути увагу на деякі речі" [258], *disintermediation* – "пряма взаємодія між споживачами і виробниками, що знижує або усуває необхідність посередників (оптовиків, роздрібних торговців, брокерів, агентів" [258].

Префікс *co-* моделі *co-* + *N* бере участь у творенні лексичних інновацій, що номінують людей за спільною діяльністю та власне спільну діяльність, актуалізуючи сему 'together; with' [234]. Виокремлені 15 одиниць (Додаток 1) використовують для найменування людей, які виконують спільні обов'язки (*cochair* / *cochairperson* / *cochairman* / *cochairwoman* / *co-founder* – "людина, яка головує або відповідає за зустрічі, їх організацію спільно з іншим або іншими" [252]); соціальних явищ, підкреслюючи спільність виконання певної діяльності, а саме: у сфері виховання дітей, відносин між статями (*co-parent(ing)* – "ситуація, коли обоє батьків вирощують та виховують дитину, навіть якщо більше не живуть разом" [258], *cohabitation* – "відносини між партнерами зі спільного проживання без оформлення у встановленному

законом шлюбу"), співпраці політичних партій "співробітництво політичних партій задля досягнення конкретних цілей без формування коаліції" [258]).

Явища, пов'язані з нервовою системою та мозком, номінуються лексичними інноваціями, утвореними за моделлю *neuro-* + *N* (усього 13 одиниць (Додаток 1)), які містять сему 'relating to nerves or to the nervous system' [258], що зумовлює їхнє використання в публікаціях науково-медичного характеру. Крім того, одиниці із зазначеним префіксом використовують у статтях політичного, економічного, культурно-освітнього спрямування, позначаючи такі референти, як: прилади (*neurotheology* – "сучасна техніка, яка побудована за аналогією з можливостями діяльності людського розуму" [263]); соціальні явища (*neurobabble* – "жаргон, яким користуються неврологи" [263]); діяльність / науки (*neurosurgery* – "нейрохірургія" [252]); стани (*neurodiversity* – "різноманіття стану та поведінки нормальної людини" [263]).

Отже, префіксальний спосіб творення лексичних інновацій, задіяних в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, є високопродуктивним (185 похідних одиниць). Помітна тенденція до активного використання префіксів *cyber-*, *de-*, *dis-*, *techno-*, *co-*, *neuro-*, *net-*, *multi-*, *poly-*, *super-*, *hyper-*, що приєднуються до іменникових основ, визначається не тільки номінативною функцією інноваційних лексичних одиниць, а й загальним семантичним значенням, що дало підстави виокремити п'ять груп префіксальних іменникових моделей, за допомогою яких утворюються інновації, що позначають: 1) **інформаційно-мережеві, кібер-технічні поняття** (префікси *cyber-*, *techno-*, *net-* – 43% одиниць); 2) **ефект інтенсивності, експресивності, надмірності, певної переваги ознак предметів** (префікси *multi-*, *poly-*, *super-*, *hyper-* – 26% одиниць); 3) **людей за способом життя та нові явища, що є протилежними до вже наявних** (префікси *de-*, *dis-* – 16% одиниць); 4) **спільну діяльність та людей, які її виконують** (префікс *co-* – 8% одиниць); 5) **явища, пов'язані з нервовою системою та мозком** (префікс *neuro-* – 7% одиниць).

3.1.2 Словоскладання. Словоскладання прийнято тлумачити як один з основних способів творення англомовних лексичних інновацій шляхом складання двох або більше повнозначних одиниць, продуктивність якого пояснюється аналітичною будовою англійської мови, широким уживанням порядку слів як засобу вираження лексико-граматичних відношень та екстралінгвістичними факторами, які певним чином впливають на ті чи інші операції з мовним матеріалом [83, с. 422]. У процесі утворення складного слова лексичні значення двох компонентів зливаються й утворюють нову семантичну одиницю з новим значенням, яке домінує над індивідуальним значенням основ і характеризується додатковим семантичним компонентом, якого немає в жодній з основ [26, с. 130].

Дослідження нової лексики, утвореної за моделями словоскладання, у медійному дискурсі початку XXI століття дає змогу за допомогою структурно-однотипних лексичних інновацій виявити продуктивні конституенти в морфологічній моделі словоскладання. Аналіз будови лексичних інновацій (217 одиниць) засвідчує, що модель словоскладання активно використовується для утворення іменників та прикметників.

У досліджуваному матеріалі моделі словоскладання представлені трьома структурними групами: $N + N$ (140 одиниць), $Adj. + N$ (40 інновацій), $N + Adj.$ (37 лексем), особливістю яких є постійне повнозначне слово-компонент у серії аналогічних лексичних інновацій, а саме: $N + N(head)$, $N(data) + N$, $N(life) + N$, $N(job) + N$, $N + N(line)$, $Adj. + N(collar)$, $N + Adj.(friendly)$, $Adj.(acoustic) + N$, $Adj. + N(end)$, $N + Adj.(free)$. Такий серійний компонент надає інновації певного семантичного відтінку значення, що в нашому дослідженні розподіляється так у процесі найменування: людей (83 одиниці), ознак (43 лексеми), продуктів (33 одиниці), феноменів (22 інновації), соціальних явищ (20 лексем), станів (8 одиниць), діяльності (4 лексеми), місця / установи (4 інновації). У процентному відношенні лексичні інновації моделі словоскладання становлять 31,8% всіх одиниць морфологічних моделей.

Значення компонента *head* ("a person or animal when considered as a unit" [234]) актуалізує лексичні інновації (51 одиниця) моделі словоскладання *N + N(head)*. Широке вживання лексичних інновацій, утворених унаслідок поєднання двох іменників зазначеної групи моделі словоскладання, відбувається спочатку на рівні сленгу, а надалі такі одиниці набувають певного усталення, нормування й з'являються в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття.

Лексичні похідні високопродуктивної морфологічної моделі словоскладання *N + N(head)* узагальнюють ознаки, характеристики людини, її здібності, ставлення до життя. Додаткова інформація про позначуваний референт додається до денотативного компонента, що формує конотативний зміст лексичної одиниці під час відображення характеристик людей: здебільшого негативні ментальні стани, залежності (тютюнові, алкогольні, наркотичні), надмірні захоплення. Зазначена модель представлена чотирма групами.

До першої групи інновацій моделі *N + N(head)* відносимо іменники, що позначають негативні ментальні стани, а саме: *bone-head / chuckle-head / bubble-head / dunderhead / hammerhead, fathead / lunkhead / poophead, bin-head / butthead / cement-head / goonhead* – "тупий, ні на що не здатний" [259]. Лексеми цієї групи позначають нерозумну, некмітливую людину та використовуються для вираження низької думки про інтелект людини. Ще більш зневажлива оцінка простежується в лексичних одиницях у значенні "абсолютно дурна або марна людина", зокрема: *dick-head* – "той, хто вчиняє підло" [234], *dumbhead / knucklehead* – "ідіот" [252], *flathead* – "простець" [252], *diphead / meat-head / musclehead* – "телепень, придурок" [252].

Похідні другої групи моделі *N + N(head)* іменують людей, які вживають наркогенні речовини (тютюн, алкоголь, наркотики): *acid head / hophead* – "той, хто вживає наркотик, який викликає галюцинації" [252], *crackhead* – "людина, яка вживає кокаїн" [252], *pillhead* – "той, хто вживає амфетамін" [252].

Виокремлені лексичні інновації третьої групи моделі $N + N(head)$ позначають негативні характеристики поведінки людей, а саме: *breadhead* – "скнара" [258], *chili head* – "уїдлива, дошкульна людина" [259], *skinhead* – "член вуличної банди, неофашист" [235], *mush-head* – "нерішуча (м'яка) людина" [258], *crudhead* – "покидьок, нікчема" [238].

Лексичні інновації четвертої групи, утворені за моделлю $N + N(head)$, перші компоненти яких є модифікаторами (*chip, cyber, net, tech, digit, web, wire*), а елемент *head* – ідентифікатором, позначають стан натхнення, стійкий інтерес, захоплення сучасними технічними досягненнями та інформаційними технологіями: *chiphead, cyberhead, net-head, techhead, digit-head, web-head, wirehead*. Складовий елемент "*head*" у серії інновацій цієї групи закріплює значення "комп'ютерний ентузіаст" [259].

Моделю $N(data) + N$ є високопродуктивною, де елемент *data* додає ознаку 'information' [234] та актуалізує такі референти: обізнані люди (*datahead* – "ходяча енциклопедія" [259]); продукти (*data bank* – (телекомунікація) "банк даних, що полегшує локальний або віддалений пошук інформації" [246]); предмети (*datacard* – "інформаційна карта, що містить у стислому вигляді певну інформацію" [246]); процеси (*data acquisition* – "система збору даних" [246]); діяльність (*data abstraction* – "абстрагування структур даних" [246]); установи (*datacenter* – "центр зберігання та обробки даних" [246]); ознаки (*data type* – "тип даних – характеристика, яку надано об'єкту" [246]). Загалом було виявлено 38 лексичних одиниць, утворених за моделлю $N(data) + N$ (Додаток 1).

Група похідних моделі $N(life) + N$ визначається значенням константного елемента *life* із семою 'the existence of an individual human being or animal' [258]. Створені за цією середньопродуктивною моделлю інновації позначають: людей за способом життя (*lifecaster / lifestreamer* – "людина, яка використовує переносну фотокамеру, мобільний телефон для цілодобового повідомлення в Інтернеті про всі подробиці власного життя" [263]); організації (*lifeboat* – (фондова біржа) "неофіційний фонд, створений

учасниками ринку, щоб урятувати його неплатоспроможного члена в результаті обвалу цін на ринку" [234], *life office* – "офіс, у якому укладаються угоди страхування життя" [246]); (наукову) діяльність (*life list* – "список усіх видів птахів, який веде орнітолог протягом усього життя" [242]). Кількість новотворів моделі *N(life) + N* становить 16 лексичних одиниць (Додаток 1).

Лексичні інновації наступної середньопродуктивної моделі словоскладання *N + N(line)* із закріпленою семою компонента *line* 'a connection to a phone system' [235] вживаються на позначення реалій суспільного життя, що відповідають можливостям системи опрацювання звернень у реальній, віртуальній або комбінованій службі у вигляді отримання допомоги, інформації або спілкування, як-то: *helpline* – "благодійна телефонна лінія, яка відкрита для людей, що перебувають у важкому становищі" [258], *chatline / partyline* – "телефонна послуга, яка дозволяє абонентам брати участь у загальній розмові один з одним" [258], *child line* – "безкоштовна цілодобова консультативна служба для дітей та підлітків, що діє на території Сполученого Королівства" [242], *loveline* – "найбільше радіо- та телешоу США, яке починається близько 10 вечора, учасники якого можуть зателефонувати до запрошених на шоу спеціалістів із будь-яких проблем" [242]. Ця модель представлена 13 новотворами (Додаток 1).

Моделі групи *Adj + N* реалізуються лексичними інноваціями із залученням продуктивного складового компонента, що належить до повнозначного слова.

Продуктивним виявився іменник *collar* у сполученні з прикметником у складі першого компонента моделі *Adj + N(collar)*, що використовується на позначення людей, їхньої кваліфікації, посади, професії. У XXI ст. утворилися інновації за середньопродуктивною моделлю *Adj + N(collar)* за аналогією до лексичної одиниці *white-collar* (1921) – "офісний працівник", а саме: *red-collar* (2005) – "чиновники; урядові працівники; фермери" [263], *yellow-collar* (2005) – "працівники творчих професій: фотографи,

кінематографісти, режисери, редактори" [263], *violet-collar* (2005) – "технічні працівники, які працюють позмінно" [263], *indigo-collar* (2005) – "висококваліфіковані технічні працівники, робоче місце яких визначається високим ступенем автоматизації" [263]. Загалом композити з константним елементом *collar* моделі словоскладання *Adj + N* представлено 23 лексичними одиницями (Додаток 1).

Модель словоскладання з продуктивним прикметником *Adj(acoustic) + N*, де *acoustic* має значення "related to sound or hearing" [234]. Лексичні інновації зазначеної моделі позначають: акустичного роду пристрої (*acoustic microscope* – "мікроскоп для ультрависокої, ультразвукової діагностики найбільш твердих металів, щоб зробити видимі зображення внутрішніх функцій, включаючи дефекти, тріщини, делімінації та порожнечі" [242], *acoustic weapons* – "зброя масового ураження, в основу дії якої покладено спрямоване випромінювання потужних інфразвукових коливань із частотою менше 16 кГц" [242]); ознаки (*acoustic environment* – "акустичне середовище" [246]); діяльності (*acoustic ecology* – "вивчення взаємозалежності між живими організмами та звуковим оточенням, у якому вони перебувають" [263]). У процесі проведеного дослідження було виокремлено 14 лексичних інновацій середньопродуктивної моделі *Adj(acoustic) + N* (Додаток 1).

Лексичні інновації низькопродуктивної моделі *Adj + N(end)* (3 одиниці), що унаочнює випадки використання елемента *end*, який має значення "an aim, intention, or purpose" [234], позначають комп'ютерні продукти: *front-end* – "інтерфейс", "стільнийне середовище", "мережевий трафік", "конвертація вхідного тексту в символно-фонетичний образ", "сервер", "додаток" [246], *back-end* – "клієнт" [246], *final-end* – "підсумок", "кінцевий результат" [246].

Прикметник *friendly* як компонент композит-інновацій середньопродуктивної моделі словоскладання *N + Adj(friendly)* особливо актуалізувався в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття.

Усього було виокремлено 15 нових лексичних одиниць, утворених за зазначеною моделлю (Додаток 1). Значення словотвірного ряду, що визначається повнозначним словом-компонентом *friendly*, є генералізуючим – "suitable for particular people to use; not harmful" [234]. Такі інновації репрезентують найрізноманітніші ознаки реальності, як-то: *click-friendly*, *consumer-friendly* – "зручний для користування" [234], *earth-friendly*, *environmentally-friendly* – "безпечний" [234], *family values-friendly* – "сімейні цінності" [234].

Отже, моделі словоскладання загалом демонструють високу продуктивність, про що свідчать лексичні інновації англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття (217 одиниць). З огляду на сфери відображення дійсності виокремлено вісім груп моделей словоскладання, за якими утворено лексичні інновації, що іменують: **людей** (38% одиниць), **ознаки** (20% одиниць), **продукти** (15% одиниць), **феномени** (10% одиниць), **соціальні явища** (9% одиниць), **стани** (4% одиниць), **діяльність** (2% одиниць), **місце / установи** (2% одиниць). На позначення ментальних станів, характеристик, захоплень людей використовуються високопродуктивна модель $N + N(head)$ та середньопродуктивна – $N(data) + N$; людей, їхньої кваліфікації, посади, професії – високопродуктивна модель $Adj. + N(collar)$; людей за звичкою – середньопродуктивна модель $N(life) + N$. Середньопродуктивні моделі $N(data) + N$, $N(life) + N$, $N + Adj.(friendly)$, $N + Adj.(free)$ використовуються в процесі утворення лексичних інновацій, що репрезентують ознаки. Позначення продуктів, пристроїв та видів діяльності, що здійснюється за допомогою спеціальних пристроїв, унаочнюють лексичні інновації середньопродуктивних моделей $N(job) + N$, $N(data) + N$, $N(life) + N$, $Adj.(acoustic) + N$ та низькопродуктивної моделі $Adj. + N(end)$. Феномени дійсності та соціальні явища репрезентовані лексичними інноваціями, утвореними за середньопродуктивними моделями: $N(data) + N$, $N(life) + N$, $N + N(line)$. Середньопродуктивні моделі: $N(job) + N$,

$N(data) + N$, $N(life) + N$) використовуються під час утворення лексичних інновацій, що іменують місце та установи.

3.1.3 Телескопія. Як один з ефективних засобів і словотворчих процесів поповнення словникового складу англійської мови [94, с. 12], телескопія полягає в зрощенні фрагментів лексичних одиниць або однієї лексичної одиниці з фрагментом другої [116, с. 163]. Учені зазначають, що провідну роль у творенні телескопізмів поряд з "емоційною експресивністю" [8, с. 65] відіграє також і фактор "навмисності" [94, с. 13].

Випадки залучення в сучасний англomовний медійний дискурс слів-телескопів (171 одиниця) відповідають загальноприйнятому структурному принципу розподілу таких лексем на: повні телескопійні одиниці, часткові та гаплогли [42, с. 264].

Моделі творення *часткових телескопізмів* є високопродуктивними (загальна кількість становить 78 лексичних інновацій (Додаток 1). Відповідно до структурних характеристик такі одиниці розподіляються на дві підгрупи: сполучення першого компонента в повній формі з кінцем другого та сполучення початку першого компонента з другим у повній формі. У процесах утворення часткових телескопійних одиниць виявляється тенденція до економії мовних зусиль, що розуміється як поява зручних готових моделей, стійких сполучень, досконалих уніфікованих форм [116, с. 163–168].

Часткові телескопізми іменують: людей за професійною, поведінковою ознакою та способом життя (*civilitary* (**civil** + **military**) – "військовий у відставці, який працює урядовим чиновником" [213, с. 115], *flee-ancee* (**flee** + **fiancée**) – "наречена, яка втікає з-під вінця перед вінчанням" [213, с. 168], *freegan* (**free** + **vegan**) – "екологічно свідомий вегетаріанець, який використовує продукти вторинної переробки" [213, с. 172]); пристрої (*nanobot* (**nano** + **robot**) – "робот мікроскопічних розмірів" [241]); соціально-політичні явища (*terrorocracy* (**terror** + **democracy**) – "уряд, який свідомо

тероризує своїх громадян" [213, с. 326], *anniaustere* (**anniversary** + **austere**) – "роковини сумної, трагічної події" [213, с. 77], *womenomics* (**women** + **economics**) – "теорія, згідно з якою жінки відіграють основну роль в економічному зростанні" [263]); продукти (*smartoon* (**smart** + **cartoon**) – "фільм, у якому показують та пояснюють функціонування різних частин людського тіла" [213, с. 301]); ознаки (*awefulsome* (**aweful** + **awesome**) – "такий, що поєднує жахливе з благоговійним" [213, с. 84], *bewrecked* (**bereft** + **wrecked**) – "позбавлений автомобіля через аварію" [213, с. 89]); місце (*boomburb* (**boom** + **suburb**) – "приміський район, що розширюється швидкими темпами" [263], *carcoon* (**car** + **cocoon**) – "авто як місце роботи та відпочинку" [263]).

Наступними за частотністю є *повні телескопійні лексичні одиниці*, які в нашому дослідженні представлені 72 лексемами (Додаток 1), утворення яких відбувається злиттям двох чи більше усічених основ. Повні телескопізми використовують у процесі найменування: людей за характерною ознакою (*viewer* (**viewer** + **user**) – "особа, яка дивиться відеофільми в комп'ютері" [263]); феноменів дійсності (*biotecture* (**biological** + **architecture**) – (архітектурний стиль) "поєднання архітектурних проектів із натуральними елементами" [263]); видів діяльності (*computicate* (**computer** + **communicate**) – "спілкуватися за допомогою комп'ютера" [213, с. 119]); соціальних явищ, зокрема пов'язаних із військовою справою (*flare* (**flame** + **glare**) – "вибух; світловий сигнал" [241], *milитайment* (**military** + **entertainment**) – "телевізійне висвітлення воєнних дій або життя військових" [263]); процесів поширення інформації як засобу привертання уваги потенційних споживачів (*addundancy* (**ad** + **redundancy**) – "надоїдливе повторення комерційної реклами" [213, с. 70]); пристроїв (*hydricity* (**hydrogen** + **electricity**) – "джерело живлення" [213, с. 197], *tox* (**moving** + **box**) – "ліфт" [213, с. 231]); продуктів медичної сфери (*cosmeceutical* (**cosmetic** + **pharmaceutical**) – "препарат, який поєднує лікувальні властивості з косметичними" [263]), сфери розваг (*machinima* (**machine** + **cinema**) –

"мультиплікаційний фільм, створений на комп'ютері" [263], *fanfic* (**f**antastic + **f**iction) – "фантастична література" [263]); станів (*autopathography* (**a**utobiography + **p**athology) – "автобіографія з особливим описом хвороби, патології" [263], *diabesity* (**d**iabetes + **o**besity) – "діабет, причиною якого є надмірна вага" [263]); установ (*grocerant* (**g**rocery + **r**estaurant) – "магазин-ресторан, у якому можна придбати приготовлені страви" [213, с. 187]).

Третю групу слів-телескопізмів становлять *гаплогіи*, характерною особливістю структури яких є наявність загального фонетичного сегмента на стику компонентів, які сполучаються в результаті графічного та / або фонетичного накладання [116, с. 166]. Однаковість або подібність графічної структури фрагментів сполучених слів веде до спрощення структури нової лексичної одиниці. Ця група телескопійних одиниць у нашому дослідженні представлена 21 лексею (Додаток 1).

Телескопізми-гаплогіи вирізняються експресивністю внаслідок так званого ефекту ошуканого очікування, позначаючи нові реалії або ж надаючи вже наявним поняттям більш виразних форм найменування. Виявлені телескопізми-гаплогіи репрезентують: людей, виконавців дії (*pumpkineer* (**p**umpkin + **e**ngineer) – "особа, яка вирощує гігантські гарбузи, як правило, для участі в конкурсах" [213, с. 272]); явища сфери бізнесу (*bizample* (**b**usiness + **e**xample) – "приклад із практики ведення бізнесу" [213, с. 94], *privatopia* (**p**rivate + **u**topia) – "закрите співтовариство, де регулюються фізичні та соціальні явища" [213, с. 269]); соціальні явища (*chexting* (**c**heating + **t**exting) – "шахрайство текстових повідомлень за допомогою мобільного телефона" [259]); ознаки (*atrosive* (**a**trocious + **c**orrosive) – "такий жорстокий, що шкідливий для людини та її психіки" [213, с. 83]); стани (*apatheism* (**a**pathy + **a**theism) – "апатія до релігійної віри" [213, с. 80]).

Отже, переважну більшість одиниць, задіяних у сучасний англомовний медійний дискурс, фіксуємо в процесі утворення часткових (46%) та повних (42%) телескопізмів та менш кількісно – телескопізмів-гаплогіїв (12%). Усвідомлення реалізації потреб позначати нові предмети та явища дійсності,

є одним з основних чинників процесу телескопійного словотворення. Інтерпретація інформативних смислів телескопійних лексичних інновацій пов'язана з механізмом номінації об'єктів дійсності, зокрема: *людей за ознакою та способом життя* (19% одиниць) та *видів діяльності* (31% одиниць), *феноменів, процесів соціально-економічного розвитку* (18% одиниць), *продуктів (пристроїв)* (11% одиниць), *ознак* (7% одиниць); *предметів* (5% одиниць), *установ* (4% одиниць), *соціальних явищ* (3% одиниць), *станів* (2% одиниць), що зумовлено здатністю людини фокусувати увагу на окремих якостях репрезентацій. При цьому складові компоненти телескопізмів, що виражаються частинами усічених основ, концентрують увагу саме на визначальних характеристиках об'єкта, синтезуючи їх у цілісний образ. У відсотковому обрахунку лексичні інновації моделі телескопійної деривації становлять 24,9% від кількості всіх інновацій, утворених за морфологічними моделями словотвірної деривації, що є свідченням продуктивності такої моделі словотворення.

Кількісні обрахунки лексичних інновацій, утворених за некомбінованими морфологічними моделями словотвірної деривації, що репрезентують референти, представлено в Табл. 1.

Таблиця 1.

Репрезентація референтів (%) у некомбінованих морфологічних моделях творення лексичних інновацій від загальної кількості виокремлених одиниць

Морфологічні моделі	Референти (%)									
	Люди	Предмети	Продукти	Процеси	Соціальні явища	Установи	Ознаки	Діяльність	Стани	ВСЬОГО
Словоскладання	12,1	1,8	3,1	3,2	2,9	0,6	6,3	0,6	1,2	31,8
Афіксація	12,8	0,3	2,5	5	8,5	0,7	0,1	12,8	0,6	43,3
Телескопія	4,5	1,2	2,6	4,4	0,7	1	1,9	7,7	0,9	24,9
Всього	29,4	3,3	8,2	12,6	12,1	2,3	8,3	21,1	2,7	100

3.2 Моделі скорочення як спосіб творення лексичних інновацій

Група лексичних інновацій, що утворюються через застосування прийому компресії певної інформації, актуалізує моделі скорочення. Поняття *скорочення* використовується на позначення як самої одиниці, так і процесу її утворення через зменшення звукової або графічної довжини корелятя, який може бути: 1) набором морфем, 2) словом, 3) словосполученням, 4) набором слів [17]. Перевищення необхідної інформації для реалізації комунікативних потреб створює певні умови щодо скорочення окремих елементів в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття.

У процесі творення лексичних інновацій за моделями скорочення ступінь такого інформаційного навантаження на лексичну одиницю дещо зменшується. Згортання найменування, що складається з декількох компонентів, які, зі свого боку, установлюють жорстку співвіднесеність із певним референтом, відбувається в процесі сприйняття скороченої форми лексичної інновації як повнозначного слова.

Скорочення різного типу, утворені за моделями аббревіації, ініціального скорочення, акронімізації, усічення, еліптичного скорочення, креолізації, використовуються для номінації людей за груповою належністю та професійною діяльністю, установ, реалій, пристроїв. Кількісне представлення одиниць зазначеної групи становить 363 лексичні інновації, де ініціальні скорочення, аббревіаційні та акронімізовані одиниці переважають (66,5%) порівняно з іншими скороченнями.

3.2.1. Аббревіація. Аббревіацію визначають як процес уворення одиниць вторинної номінації зі статусом слова, який полягає в скороченні будь-яких лінійних частин джерела мотивації та сприяє появі такої лексеми, що своєю формою відображає певну частину або частини компонентів вихідної форми [41, с. 27]. Постійне збільшення кількості аббревіаційних та акронімізованих інновацій у сучасному англomовному медійному дискурсі відбувається через

явище омографії або омофонії загальновживаного слова та нової форми одиниці синтаксичного рівня, спричинене прагненням комунікантів скоротити складні найменування, форма яких суперечить цілісності та єдності їх номінативної функції [79, с. 141].

Моделювання аббревіатур у сучасному медійному дискурсі найчастіше відбувається заради заміни багатокомпонентних найменувань таких галузей життєдіяльності, референти яких позначають суспільно-політичні, економічні, соціальні об'єкти дійсності [215].

Загальна кількість виокремлених аббревіаційних інновацій – 101 одиниця. Дія механізму аббревіаційного словотвору передбачає утворення нової форми вихідної одиниці шляхом виділення першої літери кожного слова повного словосполучення. З огляду на стильові ознаки інновацій та фонові знання комунікантів аббревіатури поділяємо на офіційно-ділові (термінологічні / текстові), загальноприйняті, жаргонізми та сленг.

Серед *загальноприйнятих аббревіатур* виокремлюємо групу інтернаціоналізмів, які сприймаються поза контекстом. До таких інновацій відносимо аббревіатури (5 одиниць), що вживаються з назвами підприємств з обмеженою відповідальністю (здебільшого в США): *PHC* (**p**rivately **h**eld company) [246], *PLLC* (**P**rofessional **L**imited **L**iability **C**ompany) [246], *PLC* (**P**ublic **l**imited company / **P**riate **l**imited company) [246]).

Аббревіаційні інновації *SIB* (**s**ystemically **i**mportant **b**ank) – "системно важливий банк / найбільші банки" [258], *SIFI* (**s**ystematically **i**mportant **f**inancial **i**nstitutions) – "системоутворювальні фінансові інститути" [258] та варіант *G-SIFI* – "системно важливі фінансові установи" [258] позначають бізнесові інститути. Зазначені загальноприйняті аббревіатури вживаються в сучасному англомовному медійному дискурсі для найменування та характеристики комерційних банків, що покликані зменшити ризики фінансової стабільності країн.

Термінологічні аббревіатури є варіантами багатокомпонентних номінацій, семантичний вимір яких характеризується цілковитою подібністю

з відповідними повними корелятами [12, с. 40]. Такі інновації використовують фахівці певної сфери життєдіяльності, що для широкого кола людей є незрозумілими без розшифрування. У процесі утворення інновацій аббревіаційного найменування тієї чи іншої реалії до уваги беруться типові ознаки позначуваної реалії та спосіб функціонування нової одиниці.

У сучасному англомовному медійному дискурсі виокремлено групу аббревіаційних інновацій, що широко залучаються для найменування видів, характеристик сучасного тероризму, боротьби з ним. Загалом було відібрано 12 аббревіатур зазначеної групи (Додаток 1), з-поміж яких виокремлено як двокомпонентні, наприклад: *AQ* (*Al Qaeda / Al Qa'ida*) – "Аль-Каїда (головна мусульманська терористична організація)" [213, с. 81], так і багатокомпонентні лексеми: *IED* (*improvised explosive device*) – "саморобний імпровізований вибуховий пристрій" [213, с. 199], *VBIED* (*vehicle-borne improvised explosive device*) – "автомобіль із вибухівкою" [213, с. 341].

Інша група термінологічних аббревіатур уживається на позначення установ, організацій сфери освіти. Аббревіатури як засоби іменування відповідних об'єктів можуть функціонувати тільки в межах зазначеної тематики текстів для виконання спеціальних цілей [41, с. 26]. Серед "освітнянських" аббревіатур загальною кількістю 15 (Додаток 1) виокремлено такі лексичні одиниці, як, наприклад, *UCU* (*University and College Union*) – "профспілка Великобританії, що об'єднує університети та коледжі" [243], *BTEC* (*Business & Technology Education Council*) – "Рада з питань комерційної та технологічної освіти" [243, с. 16], *HQVAE* (*High Quality Visual Arts Education*) – "спеціалізовані школи візуальних мистецтв у Великій Британії" [243, с. 4].

Сленгові аббревіатури іменують об'єкти дійсності, пов'язані з такими вимірами соціальної диференціації суспільства, організації, групи, як: соціально-статусне розшарування, соціокультурні відмінності, професійна спеціалізація, розрізнення інтересів. Цей вид аббревіатур відзначається емоційною експресивністю, використовує потенціал знижених стилів та

входить до складу "додаткової лексичної системи" певної соціальної субкультури [108, с. 331]. В англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття виявлено абрeвіаційні інновації молодіжного, спортивного, лікарського сленгу.

Група молодіжних сленгових абрeвіатур (9 випадків інновацій (Додаток 1)) вживається на позначення людей за характерною ознакою: професійної (*AMW* (**actress, model, whatever**) – "найбільш затребувані особи індустрії розваг" [244], поведінкової (*SWMBO* (**She who must be obeyed**) [259]), соціально-статусної (*TMPMITW* (**the most powerful man in the world**) – "президент США" [56, с. 200], *HNWI* (**high net worth individual**) – "найбагатші клієнти" [234]; закладів харчування (*McD's* (**Mc Donald's**) [241], *BK* (**Burger King**) [246].

Група абрeвіацій сфери спорту (загальна кількість – 8 одиниць (Додаток 1)), що використовується на сторінках сучасного англomовного медійного дискурсу, іменує: людей-учасників змагань, які зійшли з дистанції різних перегонів (мото, вело, кінного, гребного спорту) через непередбачені проблеми (*DNF* (**did not finish**) [252] або навіть її не розпочали *DNS* (**did not start**) [228]); спортивні події (*LSD* (**long slow distance**) – "тренування перед змаганнями", *XT* (**cross training / x-training**) – "тренування у двох або більше видах спорту для поліпшення фізичної форми та продуктивності, особливо в основному виді спорту" [258], *BQ* (**Boston Qualify**) – "марафон, що традиційно проводиться третього понеділка квітня в місті Бостон"); спортивні досягнення (*PB* (**personal best**) / *PR* (**personal record**) – "особистий рекорд" [221], *PW* (**personal worst**) – "найгірший результат за всю спортивну кар'єру" [228]).

Виокремлені лексичні одиниці лікарського сленгу (6 одиниць) використовуються в напівофіційній медичній документації, як, наприклад: *H.B.D.* (**has been drinking**), *G.O.N.* (**God only knows**), *TCTBK* (**Too Cruel To Be Kind**), *TOCOTOX* (**Too Complicated To Explain**), *TLTBW* (**Too Lamе to Bother With**), *THTD* (**Too Hard to Do**), *TSTWA* (**Too Small to Worry About**), *T.S.T.H.* /

tsth (too sick to send home) [221]. Аббревіаційна одиниця *T.S.T.H.*, крім того, використовується і як жаргонізм, літерні елементи якого декодують вираз "Too Stupid To Handle".

Отже, в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття виявлено три групи аббревіатур: **жаргонізми** та **сленг** (68% одиниць), **термінологічні** (27% одиниць), **загальноприйняті** (5% одиниць). У межах сленгових аббревіатур та жаргонізмів виокремлено одиниці молодіжного спілкування (80% одиниць), сфери спорту (12% одиниць) та лікарський сленг (8% одиниць). Зі свого боку, термінологічні аббревіатури представлені одиницями, що відображають сферу освіти (56% одиниць) та характеристики сучасного тероризму (44% одиниць). Загальноприйняті аббревіатури використовуються в процесі найменування бізнесових інститутів.

3.2.2 Ініціальне скорочення. Лексичні одиниці, утворені від початкових літер слів, що вимовляються за алфавітним принципом [109, с. 8; 219, с. 7], тлумачаться як ініціальні скорочення. Ініціалізми цілком відповідають лексичному змісту повного слова, що позначають різноманітні феномени. Факт омонімічності форм ініціальних скорочень, особливістю яких є згорнута первинна структура, певним чином утруднює розуміння таких одиниць у медійному дискурсі.

У нашому дослідженні аналізуємо лише такі ініціалізми (83 одиниці), які утворюються способом скорочення комбінацій повнозначних компонентів композитів до одних і тих самих початкових літер. Виокремлені з англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття одиниці в плані вираження відзначаються однаковою формою, проте в номінативному плані репрезентують різні, абсолютно не пов'язані між собою поняття, реалії, предмети навколишньої дійсності.

Утворення та функціонування ініціального скорочення *BC*, традиційно відомого як *Before Christ*, у нових значеннях спричинено різними потребами. Повними формами цього скорочення є лексичні одиниці, що загалом

іменують більше ніж 200 сутностей [221], а в нашій роботі розглядаємо 49 одиниць (Додаток 1). Ініціальне скорочення *BC* використовується в процесі найменування: продуктів (*Basic Component* – "електронні компоненти – складові частини, елементи електронних приладів" [221]); установ (*Boeing Company* – "одна з найбільших світових аерокосмічних та оборонних корпорацій" [221], *Bat Cave* – "нічний клуб у Лондоні, який вважають місцем народження готичної субкультури" [259]); часового проміжку, якщо першим компонентом твірної основи є прийменник *Before* (*Before Children*, *Before Christmas*, *Before Contract*, *Before Carter*).

Подібно ініціальне скорочення *BA* поряд із відсиланням на відому повну форму найменування *Bachelor of Arts* уживають і в інших контекстах. Загалом в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття скорочення *BA* використовують для найменування 34 феноменів (Додаток 1), а саме: людей за професійною ознакою (*Business Analyst* – "бізнес-аналітик, який визначає проблеми бізнесу й надає пропозиції їх вирішення" [246]); організацій (*British Academy* – "Британська академія, що об'єднує представників гуманітарних дисциплін та суспільних наук" [221]); процесів та хвороб (*Bronchial Asthma* – "бронхіальна астма" [221]); видів діяльності, станів (*batting average* – "середній рівень" [221]); місць (*Buenos Aires* – "Буенос Айрес (столиця Аргентини)" [221]).

Отже, однакова графічна форма ініціальних скорочень у низці похідних інновацій є яскравим прикладом дериваційного потенціалу графічного рівня мовної системи, що використовується в процесах утворення лексичних одиниць, які іменують **соціальні явища** (45%), **установи** (20%), **продукти** (17%), **процеси** (8%), **людей за професійною ознакою** (6%), **види діяльності, стани** (4%). Характерною ознакою сучасного англомовного медійного дискурсу є наявність одних і тих самих у плані вираження ініціальних скорочень, які вживаються на позначення різних реалій дійсності.

3.2.3 Акронімізація. Акронімізацію визначають як спосіб словотвору, який передбачає утворення лексичних одиниць від початкових літер інших слів, фонетична структура яких відповідає одноморфемним словам, що вимовляються як за алфавітним звучанням, так і за правилами орфоєпії як звичайні слова [215, с. 10; 239, с. 342].

Утрата внутрішньої форми словосполучення стає підставою для лексикалізації акроніма. Важливим для залучення в медійний дискурс лексичного скорочення акронімічного типу є принцип гармонійності, який пов'язаний із милозвучністю, відсутністю небажаних асоціацій. Необхідною умовою при цьому також є збереження інформаційно значущих елементів. Акронім є новою формою лексичного скорочення, що обов'язково супроводжується явищем семантичної конденсації вихідного словосполучення в слово.

Творення акронімізованої інновації *SFX*, що використовується на позначення спеціальних звукових ефектів (Special effects) – "технологічні прийоми в кінематографі, на телебаченні і у відеоіграх, що використовуються для візуалізації сцен, які не можуть бути зняті звичайним способом" [259], є підтвердженням факту свідомого творення акроніма за фонетичною структурою подібно до загальноприйнятих нескорочених одноморфемних слів. Вимова цієї інновації відповідає правилам звучання кожної літери – [esefeks]. А останні дві літери виявляють збіг у фонетичному звучанні з одним із розмовних варіантів слова *effects*.

Англомовний медійний дискурс початку ХХІ століття характеризується збільшенням кількості акронімізованих одиниць, функціонування яких для більшості носіїв мови є більш звичним, аніж повні форми вихідних словосполучень. У плані вираження виокремлені акронімізовані інновації (57 одиниць (Додаток 1)) поділяємо на три групи: 1) акроніми, що мають повний збіг із загальноповживаними лексичними одиницями; 2) асоціативно-номінативні одиниці, утворені шляхом акронімії; 3) одиниці, утворені шляхом рекурсивної акронімії.

Акроніми, що мають повний збіг із загальноживаними лексичними одиницями, створюються задля синтаксичної зручності [119, с. 72]. Ця група інновацій є високопродуктивною, свідченням чого є 39 одиниць, що позначають реалії фінансового життя (*FIRSTS* (**F**loating **I**nterest **R**ate **S**hort-Term Securities) – "хитка процентна ставка короткострокових цінних паперів" [221], *COLA* (**c**ost of **l**iving **a**djustment) – "вартість підтримки певного рівня життя" [221]), *FTSE index* (**F**inancial **T**imes **S**tock **E**xchange 100 Share Index) / *footsie* – "фондовий індекс, що розраховується "Financial Times" за однією сотнею акцій" [246]); освітню діяльність (*EARTH* (**E**nvironmental **A**ctivists **R**eady **T**o **H**elp / **E**ducation **A**nd **R**esearch **T**owards **H**ealth) – "активісти-екологи" / "освіта та дослідження в галузі охорони здоров'я" [221]); екологічну діяльність (*IMPROVE* (**I**nteragency **M**onitoring of **P**rotected **V**isual **E**nvironments) – "моніторинг питань якості повітря" [221]); установи (*CLEVER* (**C**linical **L**aboratory for **E**valuation and **V**alidation of **E**pidemiologic **R**esearch) – "клінічна лабораторія для оцінки та валідації епідеміологічних досліджень" [221], *CLASS* (**C**omputer-based **L**aboratory for **A**utomated **S**chool **S**ystems) – "навчальна лабораторія підготовки фахівців з автоматизованих систем" [221]); людей за груповою належністю (*wags* (**t**he **w**ives **a**nd **g**irlfriends of high-profile **s**portspersons) – "дружини та подружки чоловічої спортивної команди" [258]).

На увагу заслуговує також і група форматичних варіантів, утворених на основі одиниць синтаксичного рівня мовної системи, що іменують сутності сфери Інтернет-спілкування. Такі акроніми читаються відповідно до правил орфоепії як звичайні одно- (дво-)складові слова. Найпоширенішими прикладами таких акронімів є: *AFAIK* (**A**s **f**ar **a**s **I** **k**now) – "наскільки мені відомо"; *AFAIR* (**a**s **f**ar **a**s **I** **r**emember) – "наскільки пам'ятаю"; *BOT* (**B**ack **O**n **T**opic) – "повертаючись до теми спілкування"; *TIME* (**t**ears **i**n **m**y **e**yes) – "сумую" [215].

Одна й та сама форма акронімізованої інновації може реалізуватися на позначення декількох різних реалій, що належать до однієї і тієї самої галузі,

як-то: фінанси (*BIBOR* – **B**ruxelles **I**nter**b**ank **O**ffered **R**ate / **B**ahrain **I**nter**b**ank **O**ffered **R**ate / **B**angkok **I**nter**b**ank **O**ffered **R**ate [221]); комп'ютерні технології (*CAT* – **c**omputer-**a**ided **t**esting / computer-**a**ided **t**ypesetting / computer-**a**ided **t**ypesetter / computer-**a**daptive **t**est / computer **a**ided **t**ranslation / computer **a**ided **t**ransceiver / computer-**a**ided **t**eaching / computer-**a**ssisted **t**rading [221]).

Результатом процесу акронімії є *асоціативно-номінативні одиниці*, ознакою яких є як графічна, так і значеннєва експресивність [79]. Інновації цієї середньопродуктивної групи (13 одиниць) збігаються через модифікації із загальноновживаними словами. Такі інновації відзначаються не лише предметно-логічною інформацією, але й відповідними прагматичними намірами мовця (мають жартівливі, іронічні, дерогативні, атрактивні цілі) [85]. Певні асоціації, що виникають у процесі зіставлення значень омонімічних слова та акроніма, забезпечують їх емоційне сприймання, розпізнавання та, врешті, сприяють швидкому входженню в узус [8, с. 62].

Акронімічні інновації зазначеної групи характеризуються функціонально-стилістичною маркованістю через плани вираження та змісту. Ці одиниці вживаються для найменування різних об'єктів дійсності, зокрема: людей за характерною ознакою (*STEM* (**s**cience, **t**echnology, **e**ngineering, **m**athematics) – "кандидати, які вступають до Гарвардської школи бізнесу зі ступенями бізнес-освіти") [258], *SCUM* (**s**elf-**c**entered **u**rban **m**ale) – "міський чоловік орієнтований на себе" [221]); пристроїв (*DAFT* / *daft* (**t**he **D**ust and **A**erosol **M**easurement **F**easibility **T**est) – "детектор диму для запобігання пожеж у космічних апаратах" [221], *IDIOT* / *idiot* (**I**nstrumentation **D**igital **O**n-line **T**ranscriber) – "прилад оперативного відтворення цифрових даних вимірювальної апаратури" [221]).

У сучасному англomовному медійному дискурсі засвідчено випадки вживання акронімів омонімічних форм до назв тварин. Такі лексичні одиниці використовуються на позначення реалій фінансового життя, наприклад: *FOX* (**F**orward with **o**ptional **e**xit – "форвардний контакт з опцією анулювання (дозволяє захищатися від валютного ризику й використовувати рух

валютного курсу)" / **Futures and Options Exchange** – "ф'ючерсна біржа, торгівля на якій ведеться контрактами на поставку біржових товарів або цінних паперів у майбутньому") [246], **LYON** (**l**iquid **y**ield **o**ption **n**ote – "облігація з нульовим купоном" / **Local Integrated optical network** – "локальна інтегрована оптична мережа") [246], **WORM** (**W**rite-**O**nce **R**ead **M**any) – "носії інформації, що допускають одноразовий запис і багаторазове читання" [246]. Остання одиниця може використовуватись у сфері комп'ютерних технологій і мати форму *LION*.

Форми анакронімів, що прийшли до медійного дискурсу зі спілкування через Інтернет, виявляють також спорідненість із географічними назвами, наприклад: *ITALY* (**I** Trust And Love You / **I** Truly Always Love You / **I**'m Thinking About Loving You), *MALAYA* (**M**y Ardent Lips Await Your Arrival), *SWALK* (**S**ealed **W**ith A Loving **K**iss), *VENICE* (**V**ery **E**xcited **N**ow **I** Caress **E**verywhere) [221].

Використання регулярних слів словника для фразових найменувань [41, с. 30] є процесом зворотної акронімізації, відомої як *рекурсивна акронімія* [251; 263]. Суть творення низькопродуктивної групи аббревіаційних одиниць за дії механізму зворотної акронімії (виокремлено 5 одиниць цієї групи) полягає в процесі декодування узуального слова, яке розглядається як нова скорочена форма одиниць синтаксичного типу.

Словом-прототипом є узуальна одиниця-антропонім або топонім. Наприклад, назва космічної програми *AESOP* (**A**rtificial **E**arth **S**atellite **O**bservation **P**rogram) [221], що спостерігає за штучними супутниками Землі, є омонімічною формою імені давньогрецького байкаря Езопа. На прикладі рекурсивного акроніма *AESOP*, що має гарне звучання, простежується процес спеціального добирання фрази з потрібним значенням до кожної літери.

Такі одиниці створюються задля реалізації як номінативної, наприклад, у процесі зображення видів діяльності *BANANA* (**B**uild **A**bsolutely **N**othing **A**nywhere **N**ear **A**nybody) – "незгода певних осіб з плануванням будівництва споруд, які шкодять і людям і довкіллю" [263], *GOD* (**G**uaranteed **O**vernight

Delivery) – "гарантована доставка пакета або листа на наступний день після відвантаження" [246], так і прагматичної мети [41, с. 30], наприклад, у професійному спілкуванні: *DRIB (Don't Read if Busy)* – "не читай, якщо зайнятий (про нагальність опрацювання електронних листів)" [221].

Активна участь акронімів як твірної основи в подальшому творенні інновацій, залучених у медійний дискурс початку XXI століття, підкреслює їхній статус звичайних слів. Наприклад, акронім *RISC (reduced instruction set computer)* – "комп'ютер зі скороченим набором команд" [221] може вживатись у таких комбінаціях: *RISC architecture, RISC-based, RISC chip, RISC processor, RISC system, RISC complex, RISC database, RISC expression, RISC interference, RISC kit, RISC products, RISC silencing, RISC tools, RISC translation* [221].

"Штучність" акронімії пов'язана з характерними особливостями утворення лексичних одиниць шляхом скорочення: способами та помилками під час створення номінацій, варіативності та okazіональності, словотворчості, інтенсивності діахронічних змін. Акронімічна інновація, у якій вихідна структура є згорнутою і яка має омонімічні форми, ускладнює розуміння позначуваної дійсності [142, с. 212].

Отже, досліджувані акронімізовані інновації (57 одиниць) у плані вираження представлені трьома групами: ***акронімами, що мають повний збіг із загальноновживаними лексичними одиницями*** (68% одиниць), ***асоціативно-номінативними одиницями, утвореними шляхом акронімії*** (23% одиниць), ***одиницями, утвореними шляхом рекурсивної акронімії*** (9% одиниць). Використання акронімів в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття зумовлене як номінативними (для відображення ***соціальних явищ*** (57% одиниць), ***людей за груповою належністю*** (21% одиниць), ***видів діяльності*** (8% одиниць), ***пристроїв*** (7% одиниць), ***установ*** (7% одиниць), так і прагматичними задумами їхніх авторів.

Сучасні англомовні ініціальні, акронімізовані та аббревіаційні інновації, залучені в медійний дискурс початку XXI століття, демонструють

можливість замінювати форми складних слів синтаксичного типу задля задоволення ситуативних потреб. Сприйняття слова в скороченій формі відбувається без декодування за умови широкого розповсюдження та при тривалому вживанні скорочення, яке часто застосовують у медійному дискурсі, характерною рисою якого є компактний виклад великого обсягу інформації.

3.2.4 Усічення. Усічення пов'язують із класом лексичних скорочень, що прийнято тлумачити як утрату лексичною одиницею фрагмента форми, представленого звуком, морфемою або фракто-лексемою [12, с. 39].

У досліджуваному матеріалі лексичні інновації (59 одиниць (Додаток 1)), утворені механізмом усічення, представлені апокопою, синкопою, афerezою та усіченнями змішаного типу. У відсотковому відношенні апокопні лексеми становлять 73%, аферетичні – 14%, синкопні – 5%, змішаного типу – 8%.

Апокона як високопродуктивна група скорочень виникає внаслідок усічення кінцевої частини лексичної одиниці. Було розглянуто 43 такого типу інновації (Додаток 1). Серед проаналізованих апокоп кількісно переважають іменники (33 одиниці), що позначають: продукти (*vid* (video) – "відеозапис" [258]); предмети (*snap* (snapshot) – "знімок" [258]); соціальні явища (*relo* (relocation) – "переміщення" [246]); діяльність (*virch* (virtual reality) – "реалістичне і захопливе моделювання тривимірного середовища, створене за допомогою інтерактивного програмного забезпечення" [244]); процес, феномен (*met* (metastasis) – "метастаз" [234]).

Як усічені слова можуть бути і власні імена відомих діячів культури, політиків, бізнесменів, науковців, а також назви штатів, як-то: *Al* (Albert Gore), *Arnie* (Arnold Schwarzenegger), *Bam* (Barack Obama), *Brit* (Britney Spears), *Cants* (Eric Cantona), *Len* (Lennox Lewes), *Sarko* (Nicholas Sarkozy), *Fla* (Florida).

Утрата складу або складів у новоствореній лексемі простежується і при усіченні фрагментів декількох слів унаслідок руйнування морфемної структури вихідних одиниць [200, с. 22], як, наприклад, *cli-fi* (climate fiction) – "література, у якій описано зміну клімату та глобальне потепління" [238], *hi-fi* (high fidelity) – "відтворення високоточного звуку, дуже схожого на оригінал" [238]. Такі слова асоціюються з формою їхніх повних корелятивів і процес скорочення є зрозумілим, тому значення слова зберігається.

Усічення у формі апокопи відбуваються й на основі словосполучень, що утворюються внаслідок втрати звуку, морфеми або фрагмента як одного з компонентів, так і кожного. Такі усічення іменують: людей за характерною ознакою (*alpha-teen* (alpha teenager) – "підліток, який займає позицію лідера" [213, с. 17], *condo commando* (condominium commando) – "особа, яка проживає в кооперативному будинку й ретельно стежить і повідомляє про порушення правил та вимог" [213, с. 51]); діяльність (*animal lib* (animal liberation) – "міжнародний підпільний рух, що об'єднує вегетаріанців та веганів, практикує "прямі дії" для "визволення тварин", які перебувають у неволі" [258]); стани (*bat fat* (battle fatigue) – "невроз воєнного часу" [252], *cat fever* (catarrhal fever) – "катаральна лихоманка" [258]); пристрої (*alcolock* (alcohol lock) – "електронний пристрій, вмонтований у систему запалювання автомобіля, що унеможливорює запуск двигуна п'яним водієм" [213, с. 74]); науки (*pharm chem* (pharmaceutical chemistry) – "фармакологічна хімія" [258]).

Другу групу апокоп становлять прикметники (10 одиниць), що надають найменування якісних ознак та характеристики різним реаліям: *awk* (awkward) – "який викликає незручне збентеження" [258], *beaut* (beautiful) [258], *val* (value) – "теперішня вартість майбутніх грошових потоків від інвестицій" [246].

За низькопродуктивної **афери** (загальна кількість – 8 лексичних інновацій (Додаток 1)) відбувається усічення початкової частини слова – у вигляді звуку, морфеми, фракто-лексеми [152, с. 237]. Виокремлені усічення з аферезисом іменують: людей за груповою належністю (*shmen* (freshmen)

[260]); предмети (*string* (G-string) – "стріngи, пов'язка на стегнах" [252]); процеси (*clysis* (hypodermoclysis) – "(медицина) підшкірне введення фізрозчину" [252]); діяльність, стани (*bent* (recumbent) – "лежаче положення для їзди на велосипеді" [462]).

Синкопа (3 одиниці), що є наслідком утрати лексемою медіального фрагмента, який простежується на рівні звука, морфеми або фракто-лексеми [12, с. 39], демонструє низьку продуктивність в англомовному медійному дискурсі початку ХХІ століття. Синкопне усічення *triff* (terrific) – "справді дуже добрий" [238] полягає в зменшенні кількості складів та втраті кореляції між силабічною будовою вихідної та кінцевої одиниць [38, с. 96]. При цьому усіченню піддаються ненаголошені частини вихідного слова і в разі скорочення серединної частини форми, наприклад: *cons* (conveniences) [252], *gent's* (gentlemen's room) [241].

Низькопродуктивні усічення **змішаного типу** (5 одиниць (Додаток 1)) є випадками одночасної втрати початку та кінця вихідного слова у вигляді звука, морфеми або фракто-лексеми [81, с. 181]. Виокремлені лексичні одиниці груповано відповідно до репрезентації таких референтів, як: люди за належністю до професійної групи (*shrink* (headshrinker) – "психоаналітик; терапевт; психіатр" [234]); соціальні явища (*bezzle* (embezzlement) – "привласнення" [238]).

Усічені форми слів як наслідки соціальних трансформацій, що відбулися на теренах англомовного суспільства, є проявом медійного дискурсу. Такі одиниці характеризуються як стилістичним, так і емоційним забарвленням і потребують певних знань чи контексту. Наприклад, усічення змішаного типу *scrip* (prescription) зазвичай позначає "рецепт на отримання ліків, що містять наркотичні речовини" [252].

Отже, структурний аналіз проаналізованих усічених інновації засвідчує високу продуктивність апокопних лексем (73% одиниць) та приблизно однаково низьку продуктивність аферетичних (14% одиниць) і змішаного типу одиниць (8% одиниць), а синкопа є найменш продуктивною – 5%

одиниць. Характерною ознакою всіх чотирьох різновидів усічень є велика інформаційна місткість і простота форми, що функціонують у сучасному англomовному медійному дискурсі як повноцінні одиниці позначення *людей за характерною ознакою, груповою належністю* (34% одиниць), *ознак* (19% одиниць), *соціальних явищ* (14% одиниць), *видів діяльності* (12% одиниць), *продуктів* (7% одиниць), *предметів* (7% одиниць), *наук* (3% одиниць), *станів* (3% одиниць).

3.2.5 Креолізація. Креолізацію визначають як комплексне комбінування засобів різних семіотичних систем [18, с. 85], наслідком чого в процесі словотвору є гібридна графо-орфографічна форма лексеми, утворення якої передбачає сполучення вербальних та невербальних елементів [112]. Одиницею номінації стає цифрова або літерна форма зображення, вилучення якої унеможлиблює передавання інформації про об'єкт дійсності, або спотворює її, або ж інтерпретується комунікантами інакше. У нашій роботі кількість креолізованих інновацій – 35 одиниць (Додаток 1), які в плані вираження представлені двома різновидами моделей: літерно-цифрові комбінації (57% одиниць) та літерна форма (43% одиниць).

Перша група креолізованих лексичних інновацій (20 одиниць), задіяних у сучасний англomовний медійний дискурс, представлена високопродуктивною моделлю *літерно-цифрових комбінацій*. Цифра в поєднанні з ініціальним скороченням позначає відповідну кількість слів у конкретному слові, що починаються з певної букви. Наприклад, *W3* (World Wide Web / the Web / WWW), *C4IST* (command, control, computers and communications, intelligence, surveillance and targeting) – "позначення чинників, які відіграють вирішальну роль у сучасній "мережево-центричній війні" [221].

Використання цифри в поєднанні з початковою та кінцевою літерою зафіксоване в номінаціях сфери комп'ютерної технології в процесі перекладу тексту з однієї мови на іншу, наприклад, *i18n* (internationalization), *l10n*

(*localization*), *g11n* (*globalization*), *l12y* (*localizability*). Такі інновації є скороченими формами відповідних лексичних одиниць, де цифри 18, 10, 11, 12 замінюють кількість букв між початком та кінцем слова.

Літерно-цифрові комбінації з літерою *G* (*Group*) позначають міжнародний клуб економічно високорозвинених демократичних урядів як неформальний форум, що найбільш реально відображає стан політико-економічного життя світу, який утворився після нафтової кризи 1973 року та отримав назву *G5* (*Group of Five*). Зміна назви організації на *G7* (*Group of Seven*) *G8* та інші аналогічні їм лексичні одиниці *G10*, *G20*, *G30* унаочнює відповідні структурні процеси розвитку світової організації, де цифра вказує на кількість держав в об'єднанні.

Підґрунтям використання цифр в англомовних лексичних одиницях є явище омофонії, що в моделі творення креолізованих інновацій використовується як елемент трансформацій редукованих сегментів лексичних одиниць. Цифри можуть вживатися на позначення різних частин мови, наприклад, *to / too* – 2, *for* – 4; (займенник / числівник) *one* – 1. Поява та активне функціонування таких лексичних інновацій із цифрою "2" пов'язані з виникненням мови Інтернету як, наприклад, *B2B* (*business-to-business*) [238], *B2C* (*business-to-consumer*) [238], *B2B2C* (*business-to-business-to-consumer*) [263], *C2C* (*consumer-to-consumer*) [263], *B2E* (*business-to-employee*) [234], *P2P* (*producer-to-producer, person-to-person*) [263].

Цифра "4" вживається в таких літерно-цифрових комбінаціях, задіяних у медійному дискурсі, як, наприклад: *U4D* (*United for Diabetes*) [221], *U4C* (*united for Children*) [242], *U4V* (*united for victory*) [221].

Другий різновид креолізованих інновацій представлений високопродуктивною моделлю *літерної форми* (15 одиниць), коли слова утворюються за дії механізму компресії лексем до одиниць графічного рівня мовної системи [24, с. 126].

Наприклад, графема *X* уживається на означення сполучення літер *ex* під час створення лексичних одиниць. Графо-фонетичне скорочення слів

"eXtreme" (*X-Treme*), "eXtra" після серії статей у медійному дискурсі, а згодом і публікації твору Дугласа Коупленда "Generation X: Tales for an Accelerated Culture" у 1991 році, зумовило цілу низку інновацій, що дають назву групам людей певного віку (*X phenomenon*, *Generation X* – "покоління людей, що народилися після піку демографічного вибуху, який стався після Другої світової війни між 1963 – 1975 роками" [252]), правопорушникам (*Xpired* – "людина із закінченим терміном дії паспорта; людина, яку впіймали за кермом із вичерпаним терміном дії прав"); спортивним подіям (*X Games* – "щорічні спортивні змагання, спеціалізовані на екстремальних видах спорту" [259]); телешоу (*X factor* – "британський телевізійний музичний конкурс нових талантів співу" [252]); вченню соціального розвитку (*X idealism* – "моралістична наївність та нездатність поставити інтереси своєї держави вище за чийсь цілі" [242]); соціальним явищам (*X-pansion* – "експансія" [258], *X-press* – "громадський транспорт, що робить лише кілька запланованих зупинок; швидке перевезення вантажів" [258]).

Літерна форма *X* креолізованих інновацій широко використовується в протоколах засобів телекомунікацій замість загальноновживаних вихідних лексем "eXperimental" або "eXtension", eXchange, що позначає набір рекомендацій із побудови системи передачі електронних повідомлень. Наприклад, рекомендації *X.500* є результатом діяльності Міжнародного комітету із засобів телекомунікацій, створеного при Організації Об'єднаних Націй, що найповніше відображає накопичений в індустрії комп'ютерів і телекомунікацій досвід створення та використання інформаційних систем. Протокол *X.500* використовують тоді, коли потрібен високий ступінь надійності, наприклад, у банківських інформаційних системах. Рекомендації *X.500* спираються на семирівневу модель і родину протоколів Міжнародної організації зі стандартів і, відповідно, мають певні протоколи, що відповідають кожному рівню (*X.40*, *X.121*, *X.21*, *X.25*, *X.28*, *X.29*, *X.3*, *X.32*, *X.409*, *X.225*, *X.500* тощо, де літера *X* використовується на позначення

"Microsoft Exchange Server" – "програмний продукту для обміну повідомленнями").

Отже, креолізовані інновації як компактні, лаконічні об'єднання елементів різних знакових систем активно використовують як засіб сучасної комунікації з характерним для останньої зміщенням у напрямку до візуалізації, що на рівні лексем виявляється у вигляді літерно-цифрових комбінацій (57% одиниць) або літер (43% одиниць). Такі лексичні інновації вирізняються не лише експліцитними (зрозумілими для всіх учасників процесу спілкування), але й імпліцитними смислами (потребують додаткового домислювання під час сприйняття) та використовуються для номінації *соціальних явищ* (43% одиниць), *видів діяльності* (39% одиниць), *феноменів* (6% одиниць), *людей* (6% одиниць), *предметів* (3% одиниць), *ознак* (3% одиниць).

3.2.6 Еліптизація. Еліптизацію визначають як особливий тип утворення лексичної одиниці (28 одиниць) шляхом опущення одного (кількох) із членів синтаксичної конструкції, стійкого словосполучення, слова, що легко домислюється, відновлюється в контексті [219, с. 171], особливістю якої є структурна необхідність та семантична значимість [135, с. 247]. У нашій роботі досліджуємо два види еліптизованих інновацій, що виникають за дії механізму еліпса ядра (означального компонента) та еліпса модифікатора (означуваного).

Субстантивація прикметника словосполучення $A + N$ є результатом високопродуктивної моделі *еліпсу іменника-ядра*, або елімінації ядра, при якому модифікатор синтезує власне значення із значенням ядра. Ця група становить 20 лексичних інновацій (Додаток 1). Основною передумовою творення субстантиванта є семантичний зв'язок прикметника з цілим вихідним словосполученням.

У результаті еліпса ядра з'являються новотвори, що позначають людей за віковою належністю (*Millennials* (millennial generation) – "покоління

"некст", "сітьове" покоління, ехо-бумери (діти покоління "бебі-буму") [263], *under-five* (a child under the age of five / a child aged *under five* years / an *under-five* child – "дитина віком до п'яти років (віدображає ситуацію реалізації державних програм у сфері освіти, медицини)" [258]); предмети (*Patriot* (patriot missile) – "зенітно-ракетний комплекс" [258]); установи (*non-profit* (non-profit organization) – "неприбуткова / невідприємницька / некомерційна організація" [258], *magnet* (magnet school) – "спецшкола з поглибленим вивченням низки предметів" [252]); процеси (*presale* (presale view) – "продаж для окремих клієнтів товарів заздалегідь визначеного часу" [252]); діяльність (*facial* (a facial operation) – "пластика обличчя" [252]).

Інновації другого різновиду процесу еліптизації утворюються в результаті середньопродуктивного *еліпса модифікатора* (8 одиниць), при якому ядро синтезує власне значення зі значенням модифікатора. Такі лексичні одиниці використовуються замість термінологічних бінарних комбінацій сфер науки, технологій, економіки, медицини, релігії. Ядро цього різновиду еліптичних лексем є незмінним, а означальний компонент вихідного словосполучення може використовуватись у різних контекстах. При еліпсі модифікатора в повному словосполученні скороченню підлягають його ознакові компоненти.

Еліптизовані іменники використовуються для найменування: людей за посадою (*brass* (horse brass / top brass) – "високопоставлена посадова особа" [252]); предметів (*shuttle* (space shuttle) [252]); продуктів (*fries* (French fries) – "картопля фрі" [252]); соціальних явищ (*bang* (big bang) – "перехід до ринкової економіки"); процесів (*bypass* (heart bypass) – "(кардіохірургічна операція) шунтування серця" [252]).

Отже, за формальною структурою еліптизовані інновації представлені двома видами: субстантивованими прикметниками (71% одиниць) та еліптизованими іменниками (29% одиниць). З позиції семантики субстантивовані прикметники характеризуються більш специфічними, конкретизувальними дистрибуційними ознаками, що використовуються для

найменування *предметів* (35% одиниць), *установ* (20% одиниць), *людей за віковими характеристиками* (15% одиниць), *процесів* (15% одиниць), *видів наукової діяльності* (10% одиниць), *ознак* (5% одиниць). Водночас еліптизовані іменники відзначаються певним узагальненням. Семантична структура таких інновацій, що вживаються на позначення *людей за віковими характеристиками* (38% одиниць), *соціальних явищ* (25% одиниць), *предметів науково-технічного прогресу* (13% одиниць), *продуктів* (12% одиниць), *процесів* (12% одиниць), повністю збігається з вихідним словосполученням.

Таблиця 2.

Репрезентація референтів (%) у моделях скорочення від загальної кількості виокремлених одиниць

Моделі скорочення	Референти (%)									
	Люди	Предмети	Продукти	Процеси	Соціальні явища	Установи	Ознаки	Діяльність	Стани	ВСЬОГО
Абревіація, ініціальні скорочення, акронімізація	6,9	2,1	14,4	6,4	20,2	6	6,9	1,9	1,7	66,5
Усічення, креолізація, еліптизація	7,7	3,3	1,7	2,5	7,5	0,8	3,6	6,4	0	33,5
Всього	14,6	5,4	16,1	8,9	27,7	6,8	10,5	8,3	1,7	100

Загальна кількість інновацій (усічень, креолізованих та еліптизованих одиниць), представлених моделями скорочення – 121 одиниця, що становить 33,5% з усіх моделей скорочення. Кількісні характеристики лексичних інновацій, утворених за некомбінованими моделями словотвірної деривації, що репрезентують виокремлені референти, представлено в Табл. 2.

3.3 Типові комбіновані моделі продукування лексичних інновацій

У сучасному англомовному медійному дискурсі спостерігаємо лексичні інновації, утворені поєднанням способів деривації та складових елементів, що належать до різних рівнів мовної системи. У досліджуваному матеріалі комбіновані моделі продукування лексичних інновацій (455 одиниць) представлені двома групами: *гомогенними* (57% одиниць утворені шляхом поєднання генетично споріднених елементів і способів словотворення) та *гетерогенними* (43% лексем утворено поєднанням неспоріднених елементів та способів словотворення).

3.3.1 Гомогенні моделі. Інновації, утворені на основі морфологічних генетично детермінованих способів, ми іменуємо гомогенними. Дія механізму деривації таких мовних одиниць забезпечується комбінаторністю компонентів, утворених морфологічним та лексичним способом деривації, а саме афіксацією, словоскладанням та телескопією.

У нашому дослідженні комбіновані моделі представлені чотирма гомогенними ("Словоскладання + Афіксація" (57% одиниць), "Телескопія + Афіксація" (10% інновацій), "Афіксація + Афіксація" (11% лексем), "Телескопія + Словоскладання" (22% одиниць)) моделями. Загалом розглянуто 259 лексичних одиниць, утворених за комбінованими гомогенними моделями, що залучаються в англомовний медійний дискурс початку XXI століття для найменування діяльності, реалій світового масштабу, а також людей за належністю до групи однодумців.

3.3.1.1 Модель "Словоскладання + Афіксація". Механізм словоскладання, що передбачає складання лексичних одиниць, може поєднуватися з механізмом афіксальної деривації. Утворені таким способом інновації відповідають структурі комбінованої моделі "Словоскладання + Афіксація" (WORD + WORD + affix). Зазначену модель ми розглядаємо як комбінування елементів спочатку лексичного рівня, а надалі – лексичного та

морфологічного рівнів мовної системи. З позиції словотворчої продуктивності один із компонентів інновації, утвореної за моделлю словоскладання, виявляє серійність уживання в аналогічних похідних.

В аспекті продуктивності 148 проаналізованих лексичних інновацій моделі "Словоскладання + Афіксація" відповідно до частоти використання афіксального елемента розподілено на такі різновиди: 1) суфіксальні; 2) префіксальні.

Високо- та низькопродуктивні суфікси у складі комбінованої гомогенної моделі "Словоскладання + Афіксація" актуалізують моделі *WORD + WORD + -er / -eer / -or* (40% одиниць), *WORD + WORD + -ing* (39% лексем), *WORD + WORD + -ism* (9% одиниць), *WORD + WORD + -ist* (6% інновацій).

Суфікси іменників *-er / -eer / -or* із семантикою "ідентифікація людини за назвою та видом професійної діяльності, кваліфікованості" [234] у складі високопродуктивної моделі *WORD + WORD + -er / -eer / -or* унаочнюються 59 прикладами (Додаток 1).

Утворені за цією моделлю лексичні інновації називають людей за характерною ознакою, а саме: *alpha earner* – "член сім'ї, особливо жінка, зарібок якої становить основну частину домашнього прибутку" [263], *asylum shopper / asylum seeker* – "людина, яка мандрує Європою в пошуках країни, що надасть їй притулку" [213, с. 83], *bot herder* – "хакер, який контролює велику кількість комп'ютерів із корисливою метою" [263], *coolhunter* – "маркетолог, який постійно спілкується з представниками модної сучасної молоді, вивчаючи та враховуючи їхні вимоги в процесі розробки нових товарів та їх продажу" [213, с. 121], *marzipan layer* – "менеджер, який перебуває між нижчим і середнім рівнем управлінського персоналу" [263], *pet-sitter* – "той, кого наймають для догляду за тваринами під час відсутності їхніх господарів" [213, с. 257], *screenager* – "той, хто виріс в оточенні різноманітних електроприладів" [263], *warfighter* – "людина, яка бере участь у війні" [263].

Високопродуктивною виявилась і комбінована гомогенна модель *WORD + WORD + -ing* (58 одиниць (Додаток 1)), утворені за якою лексичні інновації позначають соціальні явища (*financial parenting* – "послуги з "економічного аспекту" педагогіки, виховання дітей" [263], *piggybacking* – "використання Інтернету без офіційного дозволу" [263]); види економічної, кібернетичної, соціальної, медичної діяльності (*benchmarking* – "пошук стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента для порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи" [246], *acoustic snooping* – "викрадення даних із комп'ютера через декодування звуків" [263], *aggressive profiling* – "агресивне профілювання пасажирів спеціальними службами через спостереження за їхньою поведінкою, жестами, розмовами" [213, с. 72], *family balancing* – "стратегія вибору наперед статі майбутньої дитини" [263]).

У складі третьої за продуктивністю комбінованої гомогенної моделі "Словоскладання + Афіксація" є словотвірний суфікс *-ism* (представлена 14 інноваціями (Додаток 1)). Загальне семантичне значення іменникових лексичних інновацій, утворених за моделлю *WORD + WORD + -ism* є "a system, principle, or ideological movement" [258], що репрезентує сутності, пов'язані з проблемами сучасності та можливостями їх вирішення, як-то: соціальні явища (*checkbook environmentalism* – "фінансування проектів захисту довкілля" [263]); ознаки (*media giantism* – "надзвичайно потужний вплив засобів масової інформації на формування суспільної думки" [213, с. 221]); екологічно-безпекова діяльність (*agricultural bioterrorism (agroterrorism)* – "інфікування тварин або рослин небезпечними захворюваннями, введення смертоносних бактерій у продукти харчування" [213, с. 73], *information environmentalism* – "рух за "інформаційну екологію", за подолання "інформаційного перенавантаження" та його негативного впливу на життя людини" [263]).

Низькопродуктивним дериваційним суфіксом у складі комбінованої гомогенної моделі "Словоскладання + Афіксація" є *-ist* (9 лексичних

інновацій (Додаток 1)), що використовується в медійному дискурсі в процесі іменування послідовника відповідного вчення чи політики або діяча у сфері, що позначена основою: *agroterrorist (agricultural terrorist)* – "злочинець, який використовує патогени рослин або тварин, щоб викликати руйнівну хворобу в сільськогосподарському секторі" [213, с. 73], *checkbook environmentalist* – "особа чи компанія, які фінансують різні проекти захисту довкілля й сприяють охороні навколишнього середовища" [263], *defensive pessimist* – "той, хто веде справи так, щоб уникнути негативних результатів" [263], *green urbanist* – "фахівець з екологічно сприятливої забудови міста" [263], *strategic philanthropist* – "той, хто спрямовує певну діяльність на задоволення інтересів певної корпорації" [263]).

Префікси у складі комбінованої гомогенної моделі "Словоскладання + Афіксація" представлені двома низькопродуктивними – *multi-* та *dis-*.

Морфема *multi-* сприймається як інтенсифікатор певних реалій. Залучені в англomовний медійний дискурс інновації (7 виокремлених випадків (Додаток 1)) за комбінованою гомогенною моделлю *multi-* + *WORD* + *WORD* позначають ознаки інтенсивності, експресивності, надмірності, певної переваги в процесі іменування: продуктів або пристроїв (*multipath movie* – "інтерактивний CD- або інтернет-фільм, який дає змогу глядачам вибрати одну з декількох сюжетних ліній" [263]); соціальних явищ (*multigenerational activity* – "можливість використовувати час, навички та досвід старших людей на платних або неоплачуваних посадах" [258], *multi-channel shopping* – "можливість для покупців вибору між трьома варіантами придбання товарів і послуг (через звичайні магазини, шляхом "каталогового" продажу та через Інтернет" [263]); діяльності (*multilevel marketing* – "мережевий маркетинг" [246]).

Префікс *dis-* традиційно вживається з характеристикою протилежності, заперечення, на що вказують семи 'opposite; remove; reduce' [234]. Свіченням цього може слугувати виокремлена в нашій роботі одна інновація, утворена

за моделлю *dis- + WORD + WORD: disfellowshipping* у значенні "виключення чи вилучення когось від братерства, об'єднання" [213, с. 141].

Отже, лексичні інновації, утворені за комбінованою гомогенною моделлю "Словоскладання + Афіксація", з'явилися внаслідок поєднання дії двох процесів – словоскладання та афіксальної деривації. Афікси в постпозитивній позиції зазначеної моделі є більш численними (140 одиниць, що становить 94%) порівняно з препозитивними (8 лексем, що відповідає 6%). Англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття активізує залучення лексичних інновацій, що утворені за моделлю "Словоскладання + Афіксація", що у відсотковому вираженні становить 57% комбінованих гомогенних моделей і позначають *людей за характерною ознакою* (53% одиниць), *професійну, екологічно-безпекову, Інтернет-діяльність* (26% одиниць), *явища економічного, інформаційного, соціального, фінансового аспектів* (21% одиниць).

3.3.1.2 Модель "Телескопія + Словоскладання". Зазначену модель розглядаємо в проведеному дослідженні як комбінування складників інновацій, утворених завдяки дії механізмів телескопійної деривації та словоскладання, що в серії похідних репрезентована 56 одиницями (Додаток 1) в процесі іменування видів діяльності людей.

До першої високопродуктивної групи віднесено лексичні інновації, утворені за моделлю "Телескопія + Словоскладання", у складі яких є телескопійна одиниця *blog* – "журнал або щоденник в Інтернеті" (1999) [252], що утворилася внаслідок процесу телескопійної деривації *web + log*. Цей популярний телескопізм (входить до складу виокремлених 26 одиниць (Додаток 1)) наочно підтверджує свою дериваційну активність як у препозитивній, так і постпозитивній структурній позиції та дає підстави розглядати його як структурний компонент моделі "Телескопія + Словоскладання".

Комбінована модель "*Телескопізм (blog) + Словоскладання*" у своїй основі є гомогенною та використовується в серії лексичних інновацій, що

іменують людей за діяльністю (*audioblogger* – "аудіоблогер" [213, с. 84], *blogoscenti* (**blog** + **cognoscenti**) – "знавці блог-журналів" [263], *blogebrity* (**blog** + **celebrity**) – "відомий і популярний укладач Інтернет-журналу" [213, с. 96]); продукти (*blog book* – "Інтернет-книга, яка складається з багатьох Інтернет-журналів" [263], *splog* (**spam** + **blog**) – "псевдоблог із сайтами, підключеними до основного" [263], *vlog* (**video** + **blog**) – "віртуальний журнал, представлений відеоіграми" [263]); соціальні явища (*blogstream* – "публікація в Інтернеті контенту з блогами" [238], *blossip* (**blog** + **gossip**) – "практика написання зневажливих речей у блозі, які особа ніколи не скаже особисто" [242]); процеси (*blogspotting* – "пошуки Інтернет-журналів" [213, с. 96], *blogswarm* – "одночасне скупчення багатьох користувачів блогами на одній темі, предметі, що призводить до непередбачуваних наслідків та ускладнень" [213, с. 96]).

У складі другої середньопродуктивної групи розглянуто лексичні інновації моделі "**Телескопізм** (*militainment*) + **Словоскладання**". Сьогоденна ідеологія мілітаризації розширює простір дійсності, що в медійному дискурсі пропагує нову соціальну систему в умовах постійних війн, аварій, катастроф, стихійних лих [158]. Утворений, наприклад, неологізм-телескоп *militainment* (**military** + **entertainment**) позначає "телевізійне висвітлення воєнних дій або життя військових" [213, с. 225]. Комбінаторна активність телескопічної інновації *militainment* у поєднанні зі словоскладанням (12 лексем) відображає різноманітні соціальні виклики: *militainment complex* – "комплекс розваг із військовою тематикою, до якого долучені кадрові військові та представники розважальної індустрії" [213, с. 225], *militainment music* – "музичні твори, які виконують військові про воєнні події" [242], *militainment network* – "висвітлення воєнних дій або життя військових на Інтернет-сайтах" [242].

Наступну за чисельністю групу іновацій представлено моделлю "**Телескопізм** (*globesity*) + **Словоскладання**". Телескоп *globesity* (**globe** + **obesity**) з'явився у 2001 році та використовується в процесі іменування всесвітньої епідемії ожиріння [263]. Утворені інновації (9 одиниць)

позначають соціальні явища *globesity challenge* – "виклик суспільству, пов'язаний із всесвітньою епідемією ожиріння" [238], *globesity pandemic* – "епідемія ожиріння масштабного характеру" [242], *globesity hotspot* – "гаряча точка, пов'язана з епідемією ожиріння" [242].

Середньопродуктивним виявився й репрезентант "чистого" телескопійного способу словотвору *movieoke* (**movie** + **karaoke** – "кінооке – вид караоке для кіноманів, де, замість того, щоб співати пісні, читається текст, замість акторів, за допомогою субтитрів на екрані") [263] у процесах подальшої деривації, що є складовим елементом комбінованої гомогенної моделі "**Телескопізм (movieoke) + Словоскладання**" (8 одиниць). На основі слова-телескопа *movieoke* утворились інноваційні одиниці на позначення: закладів (*movieoke bar* – "бар, у якому проводяться "кінооке", коли особа читає репліки героїв із фільму, імітуючи інтонацію, голос" [213, с. 225]); подій (*movieoke competition* – "змагання з "кінооке" [242]); продуктів (*movieoke website* – "сайт, на якому викладаються скріншоти до відеофайлів для учасників "кінооке" [263]).

Отже, стрімкий розвиток новотворів-телескопізмів підтверджує можливість таких мовних одиниць виступати в ролі продукувальної бази наступних інновацій, доказом чого є комбінована гомогенна модель "Телескопія + Словоскладання". Тенденція до збільшення лексичних інновацій, утворених за зазначеною моделлю в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, свідчить про перспективність подальшої активізації використання таких інновацій на позначення **соціальних явищ** (58% одиниць), **продуктів** (25% одиниць) та іменування **людей за належністю до групи однодумців** (9% одиниць), а також **процесів** сучасного світу (8% одиниць).

3.3.1.3 Модель "Телескопія + Афіксація". Зазначену модель розглядаємо в рамках комбінованих гомогенних моделей, при якій лексичні інновації (27 одиниць) утворюються водночас за допомогою телескопійної та афіксальної деривації.

Нові похідні слова утворюються на базі телескопійної одиниці за допомогою приєднання до неї афіксальної дериваційної морфеми. Як приклад, телескопійна інновація *glamping* (2006) (**glamorous** + **camping**) – "кемпінг, що передбачає користування дорогим обладнанням, продуктами харчування та предметами розкоші" [263], у процесі деривації стала домінантним компонентом у поєднанні із суфіксом *-er* комбінованої гомогенної моделі "Телескопія + Афіксація". Як результат – виникла лексема *glamper* – "той, хто є "гламурним" туристом і надає перевагу розкішним юртам, караванам, а не наметам для ночівлі в лісі" [263]. Інновацію *sexting* (2012) (**sex** + **texting**) – "відправлення непристойного текстового повідомлення" [263] використано для створення іменника *sexter* – "той, хто надсилає та отримує відверті фотографії оголених у текстових повідомленнях" [258].

Афіксальна деривація в поєднанні з "чистою" телескопією може бути представлена як **суфіксацією** (92,5% одиниць), так і значно меншою мірою **префіксацією** (7,5% лексем).

Суфіксація (25 одиниць) як найпродуктивніша форма афіксальної деривації моделі "Телескопія + Афіксація" представлена двома високопродуктивними суфіксами (*-ing*, *-er*), трьома середньодуктивними (*-ism*, *-ist*, *-ion/-ian*) та двома низькопродуктивними (*-an*, *-ish*). Лексичні інновації зазначеної моделі вживаються для найменування соціальних процесів (9), людей за характерною ознакою (7 одиниць), видів діяльності (4 одиниці), продуктів (3 одиниці), ознак (2 лексеми).

Високопродуктивний суфікс *-er* у складі лексичних інновацій зазначеної моделі надає новоствореним лексемам семантичного значення, що вказує на людей за вподобаннями (*mancationer* (**man** + **vacation** + **-er**) – "той, хто проводить відпустку в колі чоловіків" [263], *procaffinator* (**procrastinating** + **caffeine** + **-or**) – "той, хто попиває каву замість того, щоб зробити щось заради досягнення мети" [263]). Водночас лексеми із суфіксом *-ing* номінують: продукти (*vlogging* (**video** + **blog** + **-ing**) – "блог, віртуальний журнал,

представлений відеофільмами" [263]); соціальні явища (*carjacking* (**car** + **hijack** + **-ing**) – "пограбування автомобілів" [234], *carcooning* (**car** + **socoon** + **-ing**) – "автомобільний стиль життя, "універсальність" автомобіля, його призначення для будь-якої діяльності" [263]); види наукової діяльності (*neuromarketing* (**neural** + **market** + **-ing**) – "наукові дослідження та експерименти з практичного застосування розумових здібностей людини для покращення маркетингу [263]).

Середньопродуктивні суфікси *-ism*, *-ist*, *-ion/-ian* використовуються в процесі утворення лексичних інновацій моделі "Телескопія + Афіксація", що в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття вживаються на позначення: людей за вподобаннями (*aquassentialist* (**aqua** + **essential** + **-ist**) – "людина, що дуже захоплюється підводним життям" [213, с. 81]); соціальних явищ (*freeganism* (**free** + **vegan** + **-ism**) – "тенденція використання продуктів вторинної переробки" [263]); ознак діяльності установ (*biostitution* (**biologist** + **prostitute** + **-ion**) – "науково-дослідна установа, яка свідчить всупереч правді стосовно збереження довкілля" [213, с. 94]).

Низькопродуктивні суфікси *-an*, *-ish* надають лексичним інноваціям значення ознаковості (*generican* (**gene** + **America** + **-an**) – "такий, який відзначається одноманітністю (про промислові товари)" [213, с. 178].

Префіксація в поєднанні з телескопією представлена лише трьома афіксами в препозитивній позиції (*mock-*, *sub-*, *dis-*), які використовують для номінації: продуктів кіноіндустрії (*mockrockumentary* (**mock-** + **rock** + **documentary**) – "низькобюджетний документальний фільм про рок-музикантів та їхню музику, у якому висвітлено не всі важливі події" [258]); сучасних засобів електронної комунікації (*subtweet* (**subliminal** + **tweet**) – "непристойний "твіт" про когось, без указівки імені іншого користувача "твіту", аби людина не здогадалася, що саме про неї сказано і хто міг це сказати" [263] та відповідні похідні, наприклад, *subtweeting* – "процес створення образливого або непристойного "твіту" про когось "за спиною", *subtweeter* – "особа, яка в Інтернеті "говорить" про когось за спиною").

Лексична одиниця *disstweet*, утворена від (**dis**respect + **tweet**) на позначення нешанобливої, образливої форми "твіт" комунікації [263], є ще одним прикладом дії механізму телескопійної деривації в поєднанні з механізмом афіксальної деривації. Орфографічне оформлення слова з подвійною літерою (ss) пояснюємо вимовою, що римується зі словом *hiss* – у значенні "висловлювати невдоволення, злобувати".

Отже, англomовний медійний дискурс початку XXI століття широко залучає лексичні інновації, утворені за комбінованою гомогенною моделлю "Телескопія + Афіксація", де суфіксація проявляє значно вищу активність, аніж префіксація, що в процентному відношенні становить 92,5% та 7,5% відповідно. Кількісний аналіз показав, що утворені за цією моделлю лексичні інновації, що здебільшого позначають нові **соціальні явища / процеси** (33% одиниць), **людей за характерною ознакою** (26% одиниць), **види діяльності, пов'язані з наукою, інтернетом, сферами дозвілля** (22% одиниць), **продукти** (14% одиниць), **ознаки** (5% одиниць) становлять 10,4% від усіх одиниць, утворених за дії виокремлених комбінованих гомогенних моделей. Модель "Телескопія + Афіксація" демонструє високу перспективність розвитку саме завдяки телескопійній деривації.

3.3.1.4 Модель "Афіксація + Афіксація". Зазначена модель становить афіксальний спосіб словотвору, коли в процесі утворення лексичних інновацій складаються лише афіксальні елементи як у препозитивній, так і постпозитивній позиціях [19, с. 396–405; 23, с. 77], та є середньопродуктивною в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття (28 лексичних одиниць).

У плані вираження компоненти лексичних інновацій зазначеної моделі є структурними компонентами інших композитів. Такі афіксальні елементи, як *bio-*, *burger-*, *cran-*, *Compu-*, *cyber-*, *docu-*, *eco-*, *ego-*, *enro-*, *Euro-*, *google-*, *hyper-*, *info-*, *mega-*, *techno-*, *spam-*, *surgi-*, *web-*, *-crat*, *-free*, *-friendly*, *-gate*, *-gram*, *-holic*, *-mail*, *-nomics*, *-preneur*, *-speak*, з'являються як результат "вторинної функції" телескопійного механізму, коли одиниця мови набуває

узагальненого значення та використовується за аналогією в тотожних ситуаціях іменування референтів. Телескопійні слова самі стають базою у подальшому словотворенні, що й визначає роль телескопії у формуванні нових словотворчих елементів, що мають афіксальний статус.

За участю редукованих "уламкових" афіксальних елементів, які належать до морфологічного рівня мовної системи [20, с. 64] та репрезентують фрагменти значень лексем, частиною яких вони є, створюється ціла низка структурно однакових інновацій. Причому такі афіксальні елементи можуть і не збігатися з вихідними лексичними одиницями, проте у свідомості носіїв мови сприймаються як структурні елементи-конституенти з певною функцією та семантичними особливостями [44, с. 95; 54, с. 193]. Узагальнене значення, яке закріплюється за афіксальними елементами, стає передумовою "здійснити систематизацію багатьох понять одного порядку, одного гносеологічного членування" [97, с. 132].

Відзначимо, що лексичні інновації, утворені за комбінованою гомогенною моделлю "Афіксація + Афіксація", називають: людей за посадою (*intrapreneur* – "менеджер у компанії, робота якого сприяє інноваційному розвитку та продажу товарів" [234], *Eurocrat* – "службовець організації Європейського Співтовариства" [234], за бажанням поліпшити зовнішність (*surgiholic* – "людина, мотивована до багаторазових пластичних операцій" [263]); рекламні продукти (*megazine* – "щомісячний корпоративний журнал ТРЦ MEGA з інформацією про акції, знижки, розіграші призів, а також інтерв'ю зі знаменитостями, які проводять вільний час у торгівельно-розважальних центрах" [242]); соціальні явища (*videophilia* – "спосіб життя, при якому вільний час присвячують телевізійним програмам, відеоіграм, Інтернету" [263], *videocracy* – "надзвичайний вплив кіно, телебачення, реклами та Інтернету на світогляд людей, політичні процеси та ринкові відносини" [213, с. 343]).

У досліджуваному матеріалі виокремлено групу лексем (8 одиниць) зазначеної моделі з **афіксальним елементом у препозитивній позиції** (*cyber-, web-, info-*), семантичне значення якого пов'язано з "інтернетизацією" суспільства. Такі лексеми номінують людей, які захоплюються Інтернетом (*cyberholic / webaholic* – "людина, яка захоплюється Інтернетом" [259], *cybernaut* – "людина, яка постійно шукає інформацію в Інтернеті" [213, с. 128], *cyberpreneur* – "людина, яка веде бізнес у кіберпросторі та Інтернеті" [242]) та продукти (*infoganda* – "елементи реклами, які вводяться в драматичний, літературний твір, популярні ЗМІ та блоги" [263]).

Друга за чисельністю група лексичних інновацій (7 одиниць) містить **афіксальний елемент у препозитивній позиції** (*techno-*) та номінує реалії, пов'язані з технічним прогресом, а саме: (*technoholic* – "людина, яка захоплюється електронікою" [213, с. 324], *technopreneur* – "підприємець, пов'язаний із високими технологіями" [258]); соціальні явища (*technomania* – "захоплення новітніми досягненнями сучасної техніки" [258], *technospeak* – "технічний жаргон" [238]).

Особливістю виокремленої третьої групи лексичних інновацій (6 одиниць), утворених за комбінованою гомогенною моделлю "Афіксація + Афіксація", є **афіксальний елемент у препозитивній позиції** (*bio-, eco-, enviro-*), загальне семантичне значення якого пов'язане з позначенням взаємодії суспільства та природи. Ці лексичні одиниці використовують для йменування людей за видами професійної діяльності (*biopreneur* – "менеджер з технології виробництва продукту, який одночасно контролює забруднення навколишнього середовища, управління відходами та їх утилізацією"); продуктів харчування (*biotech* – "спортивне харчування" [213, с. 93]); ознак (*eco-friendly* – "екологічно чистий" [238]); видів екологічної діяльності (*eco-tech* – "технології вирішення екологічних проблем через зменшення потреб у природних ресурсах" [263]).

Окрему групу становлять лексичні інновації (7 одиниць), утворені за комбінованою гомогенною моделлю "Афіксація + Афіксація" зі спільним *афіксальним елементом у постпозитивній позиції (-nomics)*, що поєднується з афіксальними елементами префіксального характеру (*bio-, burger-, cyber-, ecolo-, enro-, free-, info-*), значення яких виводиться на основі основного суфіксального компонента – "a (specified) kind of economic policy" / "one associated with a (specified) public official" [238], а префіксальний надає уточнення, доповнення в процесі іменування реалій сфери економіки та бізнесу. Наприклад, *bionomics* – "поєднання економічної теорії з біологічною" [213, с. 92], *burgernomics* – "аналіз валютних курсів різних країн на основі індексу "Біг Мак", який регулярно публікує журнал The Economist, починаючи з 1986 року" [246], *infonomics* – "теорія, дослідження та дисципліни про економічне значення інформації" [213, с. 201], *ecolonomics* – "спосіб життя, пов'язаний із життєво важливою діяльністю, яка не шкодить довкіллю" [238], *enronomics* – "стратегія бізнесу, в основі якої є бухгалтерські маніпуляції" [213, с. 155].

Отже, характерною рисою структури лексичних інновацій, утворених за моделлю "Афіксація + Афіксація", є комбінування афіксальних елементів, які не мають, або втратили формальну співвіднесеність із самостійними повнозначними словами. Афіксальні елементи за своєю природою є "уламками", поява яких зумовлена дією словотворчих механізмів. Такі словотворчі елементи відзначаються частотністю використання та семантичними змінами, що мають абстрактний характер порівняно з вихідними лексичними варіантами. Аналіз афіксальних інновацій із постійним конститuentом як в *препозитивній* (75% одиниць), так і у *постпозитивній* (25% одиниць) позиції дає змогу визначити загальне семантичне значення дериватів. Представлення різнопланової інформації (*ідентифікація сфер діяльності людей, пов'язаних з інтернетизацією* (29% одиниць), *технічним розвитком суспільства* (25% одиниць), *фінансово-економічним простором людства* (25% одиниць), *екологією*

(21% одиниць) шляхом використання комбінованої гомогенної моделі "Афіксація + Афіксація" пов'язане з набуттям узагальненого значення, яке закріплюється за афіксальними елементами.

Серед чотирьох проаналізованих комбінованих гомогенних моделей найменш продуктивною постає модель поєднання афіксальних елементів у препозитивній та постпозитивній позиціях (10% лексичних інновацій).

Таблиця 3.

**Репрезентація референтів (%) у комбінованих гомогенних моделях
творення лексичних інновацій від загальної кількості виокремлених
одиниць**

Гомогенні моделі	Референти (%)						
	Люди	Продукти	Процеси	Соціальні явища	Ознака	Діяльність	ВСЬОГО
Модель "Словоскладання + Афіксація"	26,3	0,4	9,3	7,7	0,4	13,1	57,2
Модель "Телескопія + Афіксація"	2,7	1,5	3,1	0,4	0,8	1,9	10,4
Модель "Афіксація + Афіксація"	4,6	1,1	2,3	1,2	0,4	0,4	10
Модель "Телескопія + Словоскладання"	1,9	5,4	1,9	12,4	0,4	0,4	22,4
Всього	35,5	8,4	16,6	21,7	2	15,8	100

У кількісному вираженні лексичні інновації, утворені за комбінованими гомогенними моделями словотвірної деривації на позначення референтів, подано в Табл. 3. У плані продуктивності зазначені моделі представлені так: "Словоскладання + Афіксація" (57,2%), "Телескопія + Словоскладання" (22,4%), "Телескопія + Афіксація" (10,4%), "Афіксація + Афіксація" (10%). При цьому в процесі утворення лексичних інновацій за такими моделями телескопійний спосіб переважає. Стрімкий розвиток і

функціонування в англомовному медійному дискурсі початку ХХІ століття новотворів-телескопізмів підтверджує можливість таких лексичних одиниць бути в ролі продукувальної бази наступних інновацій, доказом чого є комбіновані моделі "Телескопія + Словоскладання", "Телескопія + Афіксація", "Афіксація + Афіксація" (елементи якої з'являються як результат "вторинної функції" телескопійного механізму, що комбінуються в межах однієї моделі). Проведений аналіз свідчить про тенденцію збільшення та перспективність подальшої активізації утворення лексичних інновацій за комбінованими гомогенними моделями.

3.3.2 Гетерогенні моделі. Утворення англомовних інновацій, продукувальною базою яких є складові мовних одиниць, що належать до генетично різнорівневих структур [33, с. 142], ми іменуємо гетерогенними. Відповідно до сполучення елементів та способів деривації, виділяємо дві комбіновані гетерогенні моделі: "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання" (48% одиниць) та "Скорочення + Афіксація" (52% лексем), за якими утворені лексичні інновації (196 одиниць), залучені в англомовний медійний дискурс початку ХХІ століття.

3.3.2.1 Модель "Скорочення + Афіксація". Зазначена модель представлена комбінацією усіченого елемента з афіксом. Лексичні інновації, утворені за цією моделлю, відповідають задоволенню потреб в економії засобів вираження. Як нова форма одиниці номінації використано сегмент вихідного слова або словосполучення, що комбінується з суфіксом. Усічене слово сполучається зі словотворчими елементами морфологічного рівня мови, які збігаються з наявними в мові лексемами або "мертвими" афіксами (їх формування мотивоване саме омонімічністю) [51, с. 60].

Відомо, що усічення є морфонологічним явищем, що супроводжується нульовою суфіксацією [16, с. 47]. Апокопне усічення в сполученні із суфіксальним дериваційним елементом унаочнює реалізацію комбінованої моделі "Скорочення + Афіксація". При такому гетерогенному поєднанні

скорочення з афіксацією більшість суфіксів є носіями сленгової семантики. Дослідники [186, с. 181; 200, с. 117;] називають цей словотворчий процес "суфіксацією способом -у (орфографічний варіант -іє, інколи -еє)".

У досліджуваному матеріалі лексичні інновації зазначеної моделі (102 одиниці) представлені двома типами: суфіксальними усіченнями (99%) та одним випадком префіксальних усічень (1%).

У плані частотності проаналізовані суфікси у складі **суфіксальних усічень** (101 одиниця) розподіляються так: *-іє/-у* (64 лексеми), *-о* (14 одиниць), *-ер/-ерс/-с* (23 лексеми) (Додаток 1).

У складі лексичних інновацій високопродуктивний омонімічний суфікс *-іє/-у* у комбінуванні з усіченими формами власних імен, прізвищ, кличок створює певну інтимність або передає зменшеність: *Anie, Fatty, Froggie*. Лексичні інновації, утворені шляхом поєднання усіченого елемента з суфіксом *-іє/-у*, вживаються і в гумористичному, іронічному контексті для вираження зменшення, приниження, наприклад, у процесі найменування людей відповідно до професійної діяльності (*postie* (postman) [258], *shoppie* (shop assistant) [258], (*boatie* (boatman) [252], *chappie* (chapman) [258], *newsie* – "репортер або особа, яка продає або поставляє газети" [238], *umpie* – "уповноважена особа, яка виносить рішення щодо проведення гри (крикет, бейсбол), або особа, яка виносить рішення в справі щодо суперечок між сторонами" [258]); за національністю (*Argie* (a person from Argentina) [241], *Frenchie* (a person from France [252]); сексуальною або іншою схильністю (*tootsie* – "молода жінка, особливо та, яка сприймається як сексуально доступна" [252], *deccie* – "людина з надмірним інтересом до переобладнання, ремонту, декорування інтер'єру квартири" [238]); за ознакою (*feardie / feartie* (frightened person) [258]).

Утворені за зазначеною моделлю лексичні інновації вживають на позначення: тварин (*Nessie* (Loch Ness Monster) [258]); предметів (*addy* (address) [252], *credie* (credit card), *hanky* (handkerchief) [234]), *nightie* (nightdress) [258]); продуктів (*chewie* (a chewing gum) [258]).

У сучасному англомовному медійному дискурсі відомі випадки множини, що супроводжує комбінований процес поєднання скорочення із суфіксацією *-ie* в процесі найменування предметів / продуктів (*civvies* (civilian clothes) [258], *pokies* (poker machines) [238], *sunnies* (sunglasses) [238], *veggies* (vegetables) [238]); людей (*rellies* (relatives) [238]).

Використання середньопродуктивного суфікса *-er* (23 одиниці (Додаток 1)) так званого "Оксфордського закінчення *-er*", що вперше з'явилося у 1875 році [198, с. 267; 233, с. 529], у поєднанні з усіченням вихідної основи створює лексичні одиниці, які іменують: людей за посадою чи професією (*flaggers* (flagman, flag officer, flagship (a traffic controller) [258]); предмети одягу (*bluer* (blue blazer) – "спортивна куртка" [258]); місце (*yarder* (school yard) [252]).

Однією з причин виникнення усічень з одночасним додаванням *-er* є той факт, що усічене слово-апокопа повністю збігається з уже наявним у мові словом (*foot*, *rug*, *soc(k)*, *champ*). Іншою – англійське усічене односкладове слово зазвичай закінчується на глухий приголосний [k], [g], [t], [p] (*vet*, *bike*, *sig*), тому природно потребує деякого подовження з кінцевим [ə]. Так з'явилися слова на зразок *bathers* (bathing shorts) [258], *the brigger* (brigadier) [258], *bullers* (bulldogs) – "університетська поліція" [252], *collekkers* (collections) – "Оксфордські екзамени" [187, с. 365], *kegger* (one or more kegs of beer) – "пивна вечірка" [252], *lecker* / *lekker* (lecture) [187, с. 365], *starkers* (stark naked) – "зовсім голий" [252], *swimmers* (swimming shorts) [258].

Середню продуктивність виявляє афіксальна морфема *-o* в поєднанні з усіченими основами (14 одиниць (Додаток 1)). Слова-усічення на *-o* є носіями сленгової ознаки, добре розпізнаються й мають дещо зухвалу, нешанобливу, легковажну конотацію [261, с. 623], наприклад: *boyo*, *dumbo* – "дурень" [238]; *pinko* – "людина помірно лівих політичних поглядів, помірний радикал" [238]; *wino* – "алкоголік, який п'є дешеве вино" [238]. Суфікс *-o* з'явився в мові дещо раніше за суфікс *-y/-ie*. Усічені основи з *-o* поширені в медійному дискурсі Австралії, хоча зустрічаються в

американських та британських ЗМІ. Наприклад, інновація *brekko* є новою версією форми *brekker / brekkers* (U.K.), *brekkie* (Australia).

Скорочені слова на *-o* залучаються до тієї самої сфери вживання, що й усічення в комбінації з *-y/-ie*. Такі одиниці позначають: людей за характерною ознакою (*dero* (derelict – "безхатченко", "бродяга", "знедолений" (австралійський варіант) [238], *reffo* (a European refugee after World War II) – "біженець, який перебрався в Австралію" (австралійський варіант) [238]); за національністю (*ethno* (ethnic) [238], *gippo* – "єгиптянин", "циган" [238]); за професійною діяльністю (*journo* – "журналіст" [238]); соціальні явища (*nasho* (national service) – "військова повинність" [238], *compro* (compensation) [238]).

У нашому дослідженні виокремлена комбінована гетерогенна модель "Скорочення + Афіксація" також представлена однією лексичною інновацією, у якій *до усіченої основи приєднується префікс* – *multipod* (**multi-** + **potencialite**), що номінує особу, яка займає активну соціальну позицію [391].

Отже, суфікси (101 одиниця) (високопродуктивні *-ie / -y* (63% одиниць)), середньопродуктивні *-er, -ers* (23% лексем) та *-o* (14% одиниць), а також низькопродуктивний префікс *multi-* (1 одиниця) у поєднанні з усіченням використовують в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття на позначення *людей за професійною діяльністю* (37% одиниць) та *за характерною ознакою* (25% одиниць), *соціальних протиріч* (13% лексем), *предметів / продуктів* (12% та 9% одиниць відповідно), *процесів* (3% лексем), *місця* (1% одиниць). Як спосіб словотворення процес одночасного скорочення та афіксації є продуктивним, свідчення чого – відсотковий обрахунок: модель "Скорочення + Афіксація" становить 52% від утворених лексичних інновацій за комбінованими гетерогенними моделями.

3.3.2.2 Модель "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання". Зазначену модель визначають як процес утворення нових лексичних одиниць шляхом комбінування ініціального скорочення першої вихідної одиниці, що є афіксальним елементом, із повнозначною основою

другої вихідної одиниці [23; 87, с. 48; 240, с. 23]. Поєднання ініціалізму з повним (нескороченим) словом є способом творення нового ініціалізму, більш високого ієрархічного порядку [21, с. 188–189].

Ініціальний елемент вирізняється "графічною абсорбцією" [21, с. 184], представленою прописними літерами, цифрами, їх комбінацією в супроводі явища "семантичної абсорбції" [50, с. 35], де у мінімальній формі новоутворень концентруються максимальні значеннєві характеристики позначуваних реалій, явищ, понять, які називають лексичні інновації. У такому разі словотвірною базою є одиниці, що належать до різних рівнів мовної системи, а скорочені редуковані сегменти набувають ознак, типових до словотворчих елементів афіксального характеру.

Афіксальні елементи ініціального типу, або ж "ініціальні монографофонемні скорочення", що на словотвірному рівні "екстраполують значення певного дериваційного елемента", відносять до складу хибних морфем [87, с. 56]. Під таким елементом розуміють префіксальне скорочення, що стало результатом двоступеневого процесу семантично-функціонального переродження лексичних одиниць англійської мови. На ініціальній стадії лексична одиниця підлягає семантичній трансорієнтації із залученням до її семантики техногенного компонента значення, а на прикінцевій стадії процесу техно-перероджена одиниця набуває функціонального статусу словотвірного елемента й надалі залучається до системних відносин як компонент структури [87, с. 48; 23, с. 85].

У досліджуваному матеріалі лексичні інновації, утворені за зазначеною моделлю (94 лексеми (Додаток 1)), широко представлені двома ініціальними елементами в препозитивній позиції: *e-* (32 одиниці), *i-* (41 одиниця) та дуже обмежено іншими (*b-*, *g-*, *l-*, *m-*, *p-*, *t-*, *v-* (загалом 21 одиницею).

Високопродуктивний **ініціальний афіксальний елемент *e-*** як "графічно-абсорбований" конститuent комбінованої гетерогенної моделі "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання" вперше з'явився у слові *e-mail* як словотворчий афікс, виокремлений зі слова *electronic*, у 1982

році. У нашому дослідженні лексичні інновації, утворені за зазначеною моделлю, представлено 34% лексем (Додаток 1).

Інтенсифікація роботи з упровадженням Інтернету на позначення важливості електронної форми подання, обробки й зберігання інформації та сучасного суспільства загалом є передумовою зростання кількості інновацій з елементом *e-* [174, р. 3–4] та активізації моделі "***E-* + Словоскладання**".

Лексичні інновації, утворені за зазначеною гетерогенною моделлю іменують людей (9 лексичних інновацій): *e-baby* – "дитина, яка з'явилась у результаті запліднення яйцеклітини донорською спермою, яку придбали через Інтернет" [259], *e-mailevangelist* – "людина, яка електронною поштою надсилає повідомлення релігійного характеру", *e-pal* – "друг в електронному листуванні" [248]. Однаково продуктивною виявилася ця модель у процесі найменування видів Інтернет-діяльності (6 одиниць), а саме: *e-back* – "відповідь в електронному листуванні" [259], *e-communicado* – "обмеження в спілкуванні, що припускає лише електронну пошту" [259], *e-maul* – "карати або чорнити електронною поштою" [259]) та феноменів (6 одиниць): документів: *e-list* – "список адрес електронної пошти" [259], *e-minder* – "коротке нагадування, що надіслано електронною поштою" [259]. Найменування соціальних явищ та станів представлено трьома одиницями кожної сфери, наприклад: *e-fling* – "Інтернет-флірт" [259], *e-voting* – "онлайн-голосування" [242]; *e-buse* – "комп'ютерна залежність, надмірне Інтернет використання" [259]. Найменування предметів (2 одиниці), продуктів (2 одиниці) та ознак (1 одиниця) виявилися найменш представленими в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, зокрема: *e-list* – "список адрес електронної пошти", *e-cash* / *e-money* / *idollars* – "віртуальні гроші" [213, с. 147]; *e-maize* – "складність Інтернету" [244].

Іншим високопродуктивним виявився **ініціальний афіксальний елемент *i-*** у складі комбінованої гетерогенної моделі "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання", що пов'язано зі створенням новим комп'ютером iMac Стівом Джобсом у компанії Apple у 1998 році, який

відзначився виокремленням елемента *i-* від слова *Internet*. За аналогією до *iMac* корпорація Apple продовжила використання цього елемента в назві більшості своєї продукції, наприклад, *iBook*, *iPod*, *iPhone*, *iLife*, *iCal*, *iPhoto*, *iTouch*. Загалом було виокремлено 41 лексичну інновацію з першим ініціальним елементом *i-* афіксального типу в поєднанні з морфологічним способом словоскладання (Додаток 1).

Зростання кількості лексичних інновацій, що створюються за допомогою префіксального скорочення зі статусом словотворчого елемента *i-*, є результатом мовної об'єктивації сфери "information" та "Internet", тобто проявом "явища омонімії "хибних морфем"" [87, с. 56]. Лексичні інновації, утворені за моделлю "***I-* + Словоскладання**", найпродуктивніше (23 одиниці) відображають інформаційну сферу життя сучасної людини та суспільства, наприклад: *iGoogle* – "персоналізований інтернет-портал" [259], *iCrime* – "крадіжка персонального медіа присторою, зокрема iPod, iPhone" [242], *i-biology* – "нинішній етап розвитку біології з властивим їй широким застосуванням інформаційної техніки" [263]. Високу продуктивність виявили лексичні інновації, що вживаються під час найменування Інтернет-продуктів (11 одиниць), наприклад: *iMovie* – "програма для домашнього відеомонтажу" [259], *iPhoto* – "програма, що зберігає цифрові фотографії у власній бібліотеці" [259]. Лексичні інновації зазначеної моделі репрезентували низьку продуктивність на позначення: людей (4 одиниці: *i-broker* – "Інтернет-провайдер для ідентифікаційних послуг – надійна третя сторона, яка допомагає приватним особам та організаціям спільно використовувати приватні дані" [258], *i-dotter* – "вибаглива, детально орієнтована людина" [263], *iHunch* – "особа, з характерною викривленою спиною через постійне читання інформації зі смартфона" [238]); місця / установ (2 одиниці: *i-field* – "інноваційні агроцентри" [242], *i-frame* – "контейнер, місткість якого ігнорується браузерами" [242]) та Інтернет-товарів (1 одиниця: *idollars* – "віртуальні гроші" [213, с. 147]).

Третю середньопродуктивну групу утворення лексичних інновацій репрезентовано елементами *b-, g-, l-, m-, p-, t-, v-* у складі комбінованої гетерогенної моделі "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання". Швидкі темпи розвитку суспільства впродовж останніх років збільшили кількість скорочень із першим компонентом складного слова, представленого початковою буквою в моделях: "***B-*** + **Словоскладання**" (business) – *b-blog*; "***G-*** + **Словоскладання**" (globe) – *glocal*; "***L-*** + **Словоскладання**" (love, liberal, life, law, learner) – *l-driver*, *l-fields*; "***M-*** + **Словоскладання**" (mobile) – *m-commerce*, *m-payment*, *m-ticket*, *m-voting*, *m-government*; "***P-*** + **Словоскладання**" (printed, paper) – *p-book*; "***T-*** + **Словоскладання**" (tech(no)-, tele-) – *t-commerce*; "***V-*** + **Словоскладання**" (video, voice, virtual) – *v-card*, *v-chip*, *v-commerce*, *vlog*, *v-mail*. Усього розглянуто 21 інновацію поєднання ініціалізму з повним словом (Додаток 1).

Отже, здатність афіксальних елементів ініціального типу (*i-* (44% одиниць), *e-* (34% одиниць), також *b-, g-, l-, m-, p-, t-, v-* (загалом 22% одиниць)), що належать до одиниць графічного рівня мовної системи, бути включеними в подальші дериваційні процеси призводить до утворення лексичних інновацій моделі "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання", які активно залучаються до сучасного англomовного медійного дискурсу в процесі іменування *людей за характерною ознакою, пов'язаних з інтернетизацією та техногенністю сучасного життя, стосунків між ними* (60% одиниць), *видів діяльності* (17% одиниць), *продуктів* (14% одиниць), *предметів, станів* (по 3% лексем кожної групи), *місця та ознак* (2% та 1% одиниць відповідно). Таке комбінування включає поєднання генетично неспоріднених конститuentів та механізмів у процесі творення інновації, а саме: ініціальне скорочення, афіксація та словоскладання й унаочнює принцип побудови комбінованої гетерогенної моделі "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання", що становить 48% одиниць, побудованих за зазначеною моделлю від кількості

всіх лексичних інновацій, утворених за комбінованими гетерогенними моделями.

Кількісні характеристики лексичних інновацій, утворених за комбінованими гетерогенними моделями відповідно до найменування сфер дійсності, представлено в Табл. 4.

Таблиця 4.

**Репрезентація референтів (%) у комбінованих гетерогенних
моделях словотвірної деривації від загальної кількості виокремлених
одиниць**

Гетерогенні моделі	Референти (%)									
	Люди	Предмети	Продукти	Процеси	Соціальні явища	Установи	Ознаки	Діяльність	Стани	ВСЬОГО
Модель "Афіксальний елемент ініціального типу + словоскладання"	6,6	1,5	6,6	3,2	18,9	1	0,5	8,2	1,5	48
Модель "Скорочення + Афіксація"	19,4	6,1	4,6	1	7,1	0,5	12,8	0,5	0	52
Всього	26	7,6	11,2	4,2	26	1,5	13,3	8,7	1,5	100

Висновки до розділу 3

1. Виокремленні з англомовного медійного дискурсу початку ХХІ століття лексичні інновації утворені за моделями словотвірної деривації, представленими в дослідженні некомбінованими (69,8% одиниць), за якими процес продукування похідних слів пов'язується з простими способами словотворення, коли твірна основа поєднується з елементарним за складом словотворчим засобом та які представлені морфологічними, моделями скорочення та комбінованими (30,2% одиниць) моделями, що ґрунтуються на

поєднанні генетично споріднених або генетично відмінних елементів та способів словотворення нових лексем.

2. Некомбіновані моделі представлено морфологічними (65,2% одиниць) та актуальними моделями скорочень (34,8% одиниць).

3. Морфологічні моделі включають афіксацію (за якою утворено 43,3% лексичних інновацій), словоскладання (31,8% одиниць) та телескопійну деривацію (24,9% лексем відповідно), де переважну роль афіксації пояснюємо морфологічною структурою слова, у якому вже органічно закладені основи структурної систематизації, оскільки афікс не лише є засобом оформлення слова, а й надає останньому нового конкретного значення завдяки своїй семі. Моделі афіксації розподілені на префіксальні (60% лексем) та суфіксальні (40% одиниць). Моделі словоскладання представлені трьома структурними групами: *N + N* (65% одиниць), *Adj. + N* (18% інновацій), *N + Adj.* (17% лексем), особливістю яких є наявність постійного повнозначного слова-компонента в серії аналогічних лексичних інновацій. Лексичні одиниці моделі телескопійної деривації у структурному плані розподілено на часткові (46%), повні (42%) та слова-гаплогли (12%).

4. З огляду на сфери відображення дійсності лексичні інновації, утворені за суфіксальними моделями, уживаються для найменування людей (53% одиниць), видів діяльності (38% одиниць), феноменів (7% одиниць), станів (2% одиниць). Лексичні інновації префіксальних моделей позначають інформаційно-мережеві, кібер-технічні поняття (43% одиниць), інтенсивність, експресивність, надмірність, певної переваги ознак предметів (26% одиниць), людей за способом життя та нові явища, що є протилежними до вже наявних (16% одиниць), спільну діяльність та людей, які її виконують (8% одиниць), явища, пов'язані з нервовою системою та мозком (7% одиниць). Виокремлені вісім груп моделей словоскладання, за якими утворено лексичні інновації іменують людей (38% одиниць), ознаки (20% одиниць), продукти (15% одиниць), феномени (10% одиниць), соціальні явища (9% одиниць), стани (4% одиниць), діяльність (2% одиниць), місце /

установи (2% одиниць). Інтерпретація інформативних смислів телескопійних лексичних інновацій пов'язана з номінацією людей за ознакою та способом життя (19% одиниць) та видів діяльності (31% одиниць), феноменів, процесів соціально-економічного розвитку (18% одиниць), продуктів (пристроїв) (11% одиниць), ознак (7% одиниць), предметів (5% одиниць), установ (4% одиниць), соціальних явищ (3% одиниць), станів (2% одиниць).

5. Моделі скорочення є другими за продуктивністю в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, що включають аббревіацію (28% одиниць), ініціальні скорочення (23% лексем), акронімізацію (16% одиниць), усічення (16% одиниць), креолізацію (10% одиниць) та еліптизацію (7% інновацій). Виявлено три групи абрев, загальноприйняті (5% одиниць). Акроніми представлені трьома різновидами: акронімами, що мають повний збіг із загальновживаними лексичними одиницями (68% одиниць), асоціативно-номінативними одиницями, утвореними шляхом акронімії (23% одиниць), одиницями, утвореними шляхом рекурсивної акронімії (9% одиниць). Усічені інновації представлені апокопою (73% одиниць), афerezою (14% одиниць), змішаним типом (8% одиниць), синкопою (5% одиниць). Моделі креолізації виявляються у вигляді літерно-цифрових (57% одиниць) та літерних комбінацій (43% одиниць). За формальною структурою еліптизовані інновації представлені двома видами моделей: субстантивацією прикметників (71% одиниць) та еліптизацією іменників (29% одиниць).

6. У межах сленгових аббревіатур та жаргонізмів виокремлені одиниці використовують у молодіжному спілкуванні (80% одиниць), сфері спорту (12% одиниць) та в лікарському сленгу (8% одиниць); термінологічні аббревіатури представлені одиницями, що відображають сферу освіти (56% одиниць) та характеристики сучасного тероризму (44% одиниць); загальноприйняті аббревіатури використовують у процесі найменування бізнесових інститутів. Ініціальні скорочення вживають у процесах утворення лексичних одиниць, які іменують соціальні явища (45% одиниць), установи (20% одиниць), продукти (17% одиниць), процеси (8% одиниць), людей за

професійною ознакою (6% одиниць), види діяльності, стани (4% одиниць). Використання акронімів позначається відображенням соціальних явищ (57% одиниць), людей за груповою належністю (21% одиниць), видів діяльності (8% одиниць), пристроїв (7% одиниць), установ (7% одиниць). Усічення функціонують на позначення людей за характерною ознакою, груповою належністю (34% одиниць), ознак (19% одиниць), соціальних явищ (14% одиниць), видів діяльності (12% одиниць), продуктів (7% одиниць), предметів (7% одиниць), наук (3% одиниць), станів (3% одиниць). Креолізовані інновації використовуються для номінації соціальних явищ (43% одиниць), видів діяльності (39% одиниць), феноменів (6% одиниць), людей (6% одиниць), предметів (3% одиниць), ознак (3% одиниць). Субстантивовані прикметники функціонують для найменування предметів (35% одиниць), установ (20% одиниць), людей за віковими характеристиками (15% одиниць), процесів (15% одиниць), видів наукової діяльності (10% одиниць), ознак (5% одиниць). Водночас еліптизовані іменники вживають на позначення людей за віковими характеристиками (38% одиниць), соціальних явищ (25% одиниць), предметів науково-технічного прогресу (13% одиниць), продуктів (12% одиниць), процесів (12% одиниць).

7. Комбіновані моделі продукування лексичних інновацій представлені двома групами: гомогенними, що утворені шляхом поєднання генетично споріднених елементів і способів словотворення (57% одиниць) та гетерогенними, які утворено поєднанням неспоріднених елементів та способів словотворення (43% лексем).

8. Комбіновані гомогенні моделі розподілено на чотири групи: "Словоскладання + Афіксація" (57% одиниць), "Телескопія + Словоскладання" (22% одиниць), "Афіксація + Афіксація" (11% лексем), "Телескопія + Афіксація" (10% інновацій). Високу продуктивність моделі "Словоскладання + Афіксація" пояснюємо здатністю англійської мови створювати аналітичним способом нові лексичні одиниці та яскраво вираженою чутливістю афіксальних компонентів до відображень змін

дійсності. Модель "Словоскладання + Афіксація" представлена двома групами: афіксацією в постпозитивній (94% одиниць) та в препозитивній (6% лексем) позиціях. У складі моделі "Телескопія + Афіксація" виокремлюється суфіксація (92,5% інновацій) та префіксація (7,5% одиниць). Афіксальні інновації з постійним конститuentом як у препозитивній (75% одиниць), так і в постпозитивній (25% одиниць) позиціях унаочнюють модель "Афіксація + Афіксація".

9. Лексичні інновації, утворені за моделлю "Словоскладання + Афіксація", іменують людей за характерною ознакою (53% одиниць), професійну, екологічно-безпекову, Інтернет-діяльність (26% одиниць), явища економічного, інформаційного, соціального, фінансового аспектів (21% одиниць). Інновації моделі "Телескопія + Словоскладання" використовують на позначення соціальних явищ (58% одиниць), продуктів (25% одиниць) та іменування людей за належністю до групи однодумців (9% одиниць), а також процесів сучасного світу (8% одиниць). Утворені за моделлю "Телескопія + Афіксація" лексичні інновації позначають нові соціальні явища, процеси (33% одиниць), людей за характерною ознакою (26% одиниць), види діяльності, пов'язані з наукою, Інтернетом, сферами дозвілля (22% одиниць), продукти (14% одиниць), ознаки (5% одиниць). Представлення різнопланової інформації (ідентифікація сфер діяльності людей, пов'язаних з інтернетизацією (29% одиниць), технічним розвитком суспільства (25% одиниць), фінансово-економічним простором людства (25% одиниць), екологією (21% одиниць) шляхом використання комбінованої гомогенної моделі "Афіксація + Афіксація" пов'язано з набуттям узагальненого значення, яке закріплюється за афіксальними елементами.

10. Відповідно до сполучення елементів та способів деривації, виділено дві комбіновані гетерогенні моделі: "Скорочення + Афіксація" (52% лексем) та "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання" (48% одиниць). Лексичні інновації моделі "Скорочення + Афіксація" представлені двома типами: суфіксальними усіченнями (99% одиниць) та одним випадком

префіксальних усічень (1% одиниць). Модель "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання" репрезентована трьома групами афіксальних елементів ініціального типу: *i-* (44 % одиниць), *e-* (34% одиниць), *b-*, *g-*, *l-*, *m-*, *p-*, *t-*, *v-* (загалом 22% одиниць).

11. Афіксацію в поєднанні з усіченням використовують у процесі утворення слів на позначення людей за професійною діяльністю (37% одиниць) та за характерною ознакою (25% одиниць), соціальних протиріч (13% лексем), предметів, продуктів (12% та 9% одиниць відповідно), процесів (3% лексем), місць (1% одиниць). Лексичні інновації моделі "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання" іменують людей за характерною ознакою, пов'язаних з інтернетизацією та техногенністю сучасного життя, стосунків між ними (60% одиниць), видів діяльності (17% одиниць), продуктів (14% одиниць), предметів, станів (по 3% лексем кожної групи), місця та ознак (2% та 1% одиниць відповідно).

РОЗДІЛ 4

РОЛЬ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ У ТАКТИКО-СТРАТЕГІЧНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Лексичні інновації сучасної англійської мови найповніше проявляють свої лексико-семантичні характеристики в дискурсі, де розширюється спектр ситуацій і контекстів їх уживання [71, с. 51–66], тим самим поглиблюючи й уточнюючи інформацію про навколишній світ. Дослідники стверджують, що саме прагматичні чинники проявляються більшою мірою в процесі творення та кодифікації нових лексичних одиниць у мовній системі [36]. У цьому зв'язку сучасний англomовний медійний дискурс якраз і унаочнює процеси постійного оновлення словникового фонду, охоплюючи всі сфери життя як індивіда, так і суспільства.

Традиційно в лінгвістичній літературі прагматичне значення слова розглядають як відношення між мовцем і функцією слова, тобто прагматика нового слова репрезентує відношення між уживанням останнього у висловленні та його впливом на адресата [17, с. 61; 31; 36; 197, с. 54].

Функціонування лексичних інновацій та їхнє семантичне наповнення зумовлено призначенням медійного дискурсу досягати певних комунікативних цілей, зокрема соціокультурних, інформаційних (роз'яснювальних), оцінно-емоційних [110, с. 47].

Англomовні лексичні інновації відіграють важливу роль у тактико-стратегічній організації медійного дискурсу початку ХХІ століття. Стратегію як план дій, організований відповідно до певних комунікативних цілей [7, с. 118; 90, с. 49; 214] та комплексного використання мовних ресурсів і прийомів мовленнєвого впливу [13, с. 163], розглядають як спосіб репрезентації та уявлення реальності [177, с. 81] і пов'язують із вираженням інтенцій мовця [100, с. 29].

Втілення стратегій як засобів конструювання медійного дискурсу [177, с. 81] відбувається через тактики, які, зі свого боку, реалізуються за допомогою прийомів [214], що визначають використання вербальних і невербальних засобів для вираження тактичного смислу [148, с. 239].

Застосування лексичних інновацій в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття аналізуємо в нашому дослідженні з позиції тактико-стратегічної організації дискурсу англомовних видань в on-line версії. Лексичні інновації в сучасному англомовному медійному дискурсі досліджують як такі, що відіграють визначальну роль у реалізації таких стратегій: привернення уваги, інформаційно-інтерпретаційної, оцінки, апеляції до потреб.

4.1 Стратегія привернення уваги: тактики залучення лексичних інновацій

Стратегія привернення уваги в медійному дискурсі зумовлена інтенцією журналіста забезпечити сприйняття найбільш важливої інформації та реалізується завдяки лексичним інноваціям. Ця стратегія втілюється в тактиках позиційного розміщення лексичних інновацій та пояснення явища, представленого інновацією.

У сучасному англомовному медійному дискурсі введення лексичної інновації, що привертає увагу до нових реалій відображення дійсності та відношення до них, розглядають як спосіб подання нової інформації [7] та передбачає не лише сприйняття такої одиниці, але і її розуміння, що залучає читача до участі в процесі комунікації.

Введення лексичної інновації створює певне інтелектуальне напруження в процесі сприйняття реалії дійсності, оскільки нове слово змушує адресата поміркувати про його можливе значення [13, с. 164]. Особливості структури нової лексики зумовлюють вибір способів її семантизації шляхом введення інновації в зрозумілий контекст, розгорнутого

пояснення явища, представленого лексичною одиницею, добору синоніма або антоніма.

4.1.1 Тактика позиційного розміщення лексичних інновацій. Зазначена тактика пов'язана з принципом розташування нових лексичних одиниць у висловленні, представленого їх анафоричною та катафоричною організацією [7].

Анафоричне розміщення лексичної інновації, під яким розуміємо розташування нової лексики в кінці висловлення, характеризується інформаційно сильною позицією. Таке введення лексичної інновації, коли вона є підсумком усього попередньо сказаного, готує адресата до нової інформації про явище. Подане так нове слово зосереджує увагу читача на претексті й реалізується за принципом ієрархічного розгортання інформації про нові реалії. В англomовному медійному дискурсі анафорична організація нового слова переважає (60% випадків).

Анафоричне розміщення лексичної інновації супроводжується вказівкою на її термінологічну природу. Зокрема, використання одиниці *singlism* в наведеному нижче прикладі спрямоване на підтримку всього текстового повідомлення, у якому функціонує як термін (*termed*) на позначення способу життя людей-одинаків та підсумовує попередню інформацію: *The growing numbers of individuals marrying later or not marrying at all, combined with high divorce rates, have resulted in a growing number of adults who will live a considerable portion of their adult lives as singles. Despite this trend, recent empirical investigations suggest that singles face a particular form of stigma and discrimination, termed “**Singlism**”*. (SAGE Insight, June 22, 2011). Поліграфічне оформлення у висловленні в процесі введення нової лексики супроводжується лапками.

У наведеному уривку анафоричне розміщення лексики *singlism* здійснено так, що спочатку подається нова інформація, що містить ознаки висвітлення сучасного соціального явища (*individuals marrying later or not*

marrying at all, combined with high divorce rates; adults who will live a considerable portion of their adult lives as singles), що вказують на неготовність іншої частини суспільства приймати людину такою, якою вона є з позиції її несімейного положення. І, як підсумок, вводиться лексична інновація *singlism*. Зазначений уривок демонструє необхідність введення одиниці на позначення явища, яке швидко поширюється.

Введення лексичної інновації *cyberbalkanization* для реалізації стратегії привернення уваги супроводжується вказівкою на того, хто ввів термін (*Social scientists*), а саме тлумачення інновації є в реченнях, що передують її презентації: *The Internet became the ultimate tool for finding like minds and blocking out others long before supporters of candidates began seeking one another out on Meetup.com. With online dating sites where searches can be tailored by age and income, e-mail forums for the most narrow band of subjects, bookmarked sites and even spam filters, the Web allows users to tailor the information they consume more than any other medium. Social scientists even have a term for it: cyberbalkanization.* (The New York Times, January 25, 2004).

Аналізована лексема функціонує як узагальнювальне слово-термін, що вводиться після двокрапки та частини тексту, у якому сформульовано ознаки, характеристики кібербалканізації в Інтернет-комунікації: (*The Internet became the ultimate tool for finding like minds and blocking out others*). При цьому деталізуються параметри кандидатів на створення груп користувачів інформації (*age and income, e-mail forums for the most narrow band of subjects, bookmarked sites and even spam filters*).

Лексична інновація *cyberbalkanization* утворена внаслідок комбінування телескопійної деривації (префіксальний елемент *cyber-* є результатом "вторинної функції" телескопійного механізму) та словоскладання. Частина слова, зокрема *balkanization*, унаочнює етнічну фрагментацію в колишній Югославії, що використовується як політичний термін "the division of a country into separate independent states" [238] –

"розпад". А сама неолексема *cyberbalkanization* означає фрагментацію кіберсередовища.

Катафоричне розміщення лексичної інновації, під яким розуміємо розташування нової лексеми на початку висловлення, передбачає, що введена лексема акумулює у своїй смисловій структурі всю інформацію, яку подано далі. Катафорична позиція введення нового слова в англomовному медійному дискурсі передбачає тлумачення нового явища в наступному контексті. Декодування лексичної інновації в катафоричній позиції базується на принципі релевантності знань, тобто інформація, що вводиться новим словом, інтегрується зі знаннями автора та читача [36, с. 133].

В аспекті структури катафоричне розміщення лексичної інновації нагадує словникову дефініцію. Таку особливість виявляють нові термінологічні одиниці. Введення лексичної інновації у вигляді катафори надає логічне визначення певного поняття та встановлює його зміст і відмінні ознаки, наприклад: *A rawist is a person who consumes primarily raw food, (or all raw food in some cases).* (Food Blogga, August 12, 2008).

Катафоричну позицію презентації інновації демонструє лексична інновація *tartanism* у наступному прикладі, яка відображає конструювання стереотипної ситуації використання шотландських образів та реквізиту в різних сферах життя представників цього етносу: *Prof. McKay explains that "tartanism" was a romanticized view of Scotland – all about bagpipes, tartan and highland dancing, but it ignored the politics. "Angus L.," as the premier was known, used this strategy to brand his province to promote tourism.* (The Globe and Mail (Canada), September 17, 2014).

Наведений вище приклад номінує явище як рекламну акцію задля збільшення кількості туристів. Катафорична функція лексеми "*tartanism*" виявляється в тому, що нове слово для привернення уваги подається в лапках та співвідноситься з усім подальшим висловленням. Крім того, висловлення містить вказівку на людину (*Prof. McKay*), яка і пояснює цей феномен. Спосіб структурування подій здійснюється складносурядними реченнями з

протиставним сполучником *but*, який акцентує увагу на тому факті, що образ романтизованої Шотландії, репрезентований зазначеною інновацією, не містить жодного політичного відтінку.

Отже, аналіз уривків англomовного медійного дискурсу свідчить про те, що й ***анафорична позиція розміщення нового слова***, коли пояснення лексичної інновації передуює її появі в повідомленні та спрямоване на підготовку читача до сприйняття нової інформації, і ***катафорична позиція***, що є аналогією до словникової дефініції та надає роз'яснення лексичної інновації після її презентації у висловленні, використовуються для привернення уваги. Як маркери нових лексем, що визначають стратегію привернення уваги, яка втілюється в тактиці позиційного розміщення лексичних інновацій, використовують способи їх поліграфічного оформлення: лапки, двокрапка, коми, дужки. При цьому перевагу надають саме анафоричній позиції (60% випадків), яка полегшує сприйняття лексичної інновації у висловленні.

4.1.2 Тактика пояснення явища, представленого лексичною інновацією. Тактику пояснення явища, представленого лексичною інновацією в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття, розуміємо в нашому дослідженні як зображення складових або ознак, що характеризують позначуване явище.

Для розгляду особливостей представлення смислового змісту лексичних інновацій під час пояснення позначуваних ними явищ [37; 143; 169, с. 69; 175, с. 6; 207, с. 31;] у роботі виокремлено чотири групи прийомів: деталізація, порівняння, дефініція, коментар.

У нашому дослідженні прийом ***деталізації*** інформації про реалії, представлені лексичними інноваціями, подано в аспекті їх групової належності, статусу, траєкторії переміщення, кількісних, вікових властивостей [100, с. 268].

Пояснення явищ, представлених лексичними інноваціями полегшує їх сприйняття. У процесі отримання, осмислення та освоєння інформації насамперед звертають увагу на спеціальні сигнали, роль яких у медійному повідомленні виконують мовні звороти на зразок: *as, known as, the same as, so-called, called as, or, similar to, such as*. Зазначені звороти готують читача до введення та експлікації лексичної інновації, що співвідноситься з референтом шляхом з'ясування характеристик конкретного індивідуального предмета, що позначається лексичною інновацією.

У сучасному англомовному медійному дискурсі використання зазначених мовних зворотів акцентує увагу адресата на лексичній інновації, яка одразу ж пояснюється прийомом *деталізації* її значення. Подання та пояснення інформації про дійсність за допомогою використання нового слова в такий спосіб надає змогу адресату насамперед розпізнати його. Наприклад, деталізація окремих рис діяльності *людей в аспекті їх належності до групи* тих, хто передаровує подарунки, репрезентована лексемою *regifter*, що в наступному реченні протиставляється іменнику *giver*: *In another, **givers** agreed strongly with statements such as “the recipient is entitled to do whatever he or she wants with the gift” – but **regifters** tended to believe givers thought they should keep the present.* (Asian News International, December 22, 2012). А мовний сигнал *such as* указує на детальні ознаки, що різнять два протилежних прототипи.

Прийом деталізації явища під час пояснення *статусної належності* до певних груп людей використовують у наступному уривку з лексичною інновацією *shmen* (усічення ініціальної частини слова *freshmen*), що вживається не лише як сленгова номінація першокурсників, а й підкреслює початок навчальної діяльності на нижчому щаблі ієрархії студентства: *The College now officially calls all new students “first-years” in order to be more inclusive and politically correct. However, the unique Dartmouth slang “shmen,” which describes all new students, is still part of the common Dartmouth student’s lexicon.* (The Dartmouth (Hanover, Conn.), Sept. 10, 2004).

Деталізацію інформації щодо іменування стану якості навчання, моніторингу навчальної діяльності учнів, подану в аспекті пояснення *траєкторії переміщення*, репрезентує лексична інновація *tracking*: *Such “tracking” would have been limited to math classes, where students would still be sorted by elementary-school grades and test scores.* (The New York Times, September 28, 2003). У цьому разі іменник *tracking* установлює позицію, стосовно якої відбувається поділ учнів на групи залежно від їхніх академічних успіхів у початковій школі.

Прийом деталізації інформації про явища дійсності за допомогою акцентування *кількісних, вікових властивостей* учасників подій репрезентує лексична інновація *Millennials*: *While 45 percent of Baby Boomers (ages 49-67) say they worry “often” about privacy, younger generations (Millennials, ages 18-30) are more likely to include the Web in their definition of privacy and have taken proactive steps to protect themselves, such as creating content to improve Google search results or using multiple email addresses.* (PR Newswire, April 23, 2013). Аналізована лексична інновація *Millennials* демонструє градацію віку дітей покоління “бебі-буму” на часовій шкалі з чіткою віковою протяжністю. При цьому в наведеному реченні за допомогою мовних зворотів *more likely* та *such as* актуалізуються кваліфікативні ознаки учасників двох вікових груп.

Прийом **порівняння** в процесі пояснення явищ дійсності, представлених лексичними інноваціями, дає змогу проаналізувати та встановити визначальні й відмінні ознаки схожих або аналогічних позначуваних об’єктів, предметів, явищ.

У наведеному нижче прикладі тактика пояснення нового виду газети, що поєднує риси якісної та масової преси, репрезентована лексичною інновацією *qualoid*, втілюється за допомогою використання декількох мовних зворотів: *known as, or, as*, які акцентують увагу на презентації цієї одиниці, співвідносячи її з референтами відомого класу предметів та описуючи її шляхом порівняння з уже відомою номінацією: *The roughly 18 1/2-by-12 1/2-inch size is also known as the “European midi” (France’s Le Monde uses it) or,*

really grimly, as “**qualoid**”, as in quality tabloid. (Kansas City Star (Kan., Mo.), Nov. 12, 2004).

Прийом порівняння базується на підборі одиниць, що іменують та інтерпретують нові явища та їхні ознаки, як, наприклад, у повідомленні: *Just like Scotland's elusive "Nessie", nothing has been found, but the employee who first saw it has stuck to his story.* (Strange Ark, January 25, 2007). Зокрема, містична тварина порівнюється з невлотимим (*elusive*) лох-неським монстром (*Nessie* – лексична інновація, утворена за комбінованою гомогенною моделлю "Скорочення (апокопа) + Афіксація"). Надалі автор порівнює результати пошуку (*nothing has been found*) та поведінку тієї особи, яка помітила монстра (*has stuck to his story*). При цьому компаративні відношення автор вводить обставиною порівняння на початку речення (*Just like Scotland's elusive "Nessie"*).

Порівняння лексичної інновації-телекопізму *aerotropolis* (**aero** + **metropolis**), який складається з центральної частини і прилеглих спальних районів зі схожим за формою та функцією метрополісом, реалізується предикативною конструкцією *to be similar to*. Уперше лексичну одиницю *aerotropolis* було вжито в 1939 році та ґрунтовно розширено у 2005 році у зв'язку зі створенням нової концепції "міста-аеропорта" як основного місця призначення, де жителі та подорожні літаками можуть працювати, зустрічатися, скуплятися, обмінюватися досвідом, займатися бізнесом, їсти й розважатися в межах наближених до аеропорту: *An aerotropolis is a new type of urban form comprised of aviation-intensive businesses and related enterprises that extend up to 15 miles outward from major airports. It is similar in form and function to a traditional metropolis, which contains a central city core and its commuter-linked suburbs.* (Detroit, June 1, 2007). Прийом порівняння виявляється позначенням властивостей об'єкта (*urban form, central city core, commuter-linked suburbs*).

Іншим прийомом тактики пояснення явищ, зображених лексичними інноваціями, є **дефініція**. У лінгвістичній літературі дефініцію подають як

логічне визначення поняття, при якому встановлюється його зміст та характеристики [96]. Дефініція розкриває зміст найменування шляхом роз'яснення найістотніших ознак визначуваних понять, що й становить основу створення та функціонування більшості лексичних інновацій. Цей прийом пов'язаний із номінативною функцією нових слів, оскільки вони з'являються у зв'язку з потребою називати нові фрагменти дійсності.

Пояснення явища, представленого лексичною інновацією для надання його значення, передбачає створення логічного визначення в більш стислій формі. У процесі пояснення відображаються основні інформаційні ознаки найменування з позиції розуміння їх основною частиною носіїв мови. Ступінь достовірності пояснення ознак явища вважають доволі відносною, оскільки одні й ті самі характеристики об'єктів репрезентуються по-різному.

Первинне вживання лексичної інновації обов'язково супроводжується її поясненням, яке зазвичай відбувається через означення нового явища. У випадку з лексемою *webinar* як Інтернет-формату проведення семінарів, тренінгів, конференцій, її роз'яснення реалізується предикатом *refers to* у наступному реченні: *The term “webinar” refers to a type of conferencing that involves a Web-based seminar delivered over the Internet.* (Strategic Finance, July 1, 2013).

В іншому прикладі роз'яснення лексичної інновації – усічення з афerezисом (початкової частини слова) *roid* (*steroid*) реалізується предикатом *used to describe*: *When Moat went on the run after killing Chris Brown and seriously injuring former girlfriend Samantha Stobart and PC David Rathband, there was speculation that the cause of his aggression was down to “roid rage”, a term used to describe potential side effects caused by hormonal changes as a result of bodybuilding drugs.* (The Journal, July 14, 2010).

Дефініція інновації *roid rage* надає значення поняття, представленого цією лексемою за допомогою пояснення його означення: "стероїдний гнів" пов'язаний із прийомом анаболітичних стероїдів спортсменами, особливо бодібілдерами та пауерліфтерами, та супроводжується дратівливістю,

агресивністю, спалахом гніву та синдромом супермена. Означенням дефініції лексеми *roid rage* є негативна дія та побічні ефекти використання стероїдних препаратів через порушення гормонального балансу (*potential side effects caused by hormonal changes*), наслідки їх уживання: кримінально-правові правопорушення, зокрема вбивства (*killing Chris Brown*) та серйозні поранення декількох людей (*seriously injuring former girlfriend Samantha Stobbart and PC David Rathband*).

З іншого боку, пояснення значення явища, представленого лексичною інновацією, зумовлено здатністю людини відображати реалії дійсності мовними засобами в певному контекстуальному використанні, що розкриває додаткові відтінки до основної інформації. У процесі пояснення значення вказують нове явище дійсності та подають набір його диференційних ознак. Власне описові компоненти самої дефініції містять і функціональну складову її значення.

Зокрема, представлення акронімізованої інновації *wag* у висловленні супроводжується її повною формою в дужках. Опис дружин і подруг чоловічої спортивної команди надає пояснення значення цього поняття в наведеному нижче уривку: *Pictures of the wives and girlfriends (or **Wags** as the FA's acronym calls them) of the Euro 2004 England team, or of the wives and girlfriends of the 1999 US Ryder Cup team, for instance, show a classic feminine look where every woman is tanned, polished, thin.... She is not allowed to complain or to step out of line. If she does – such as Posh Spice's decision not to move to Madrid – she's criticised or ostracized (witness the glee when Mrs. Beckham missed the boat on booking into the same hotel as the other Wags in Portugal because it was full).* (Guardian (U.K.) Oct. 3, 2004). Означенням інновації *wags* є найістотніші характеристики (*a classic feminine look where every woman is tanned, polished, thin*), що конкретизують вид занять сучасних дівчат (*wives and girlfriends*) в англomовному соціумі.

В іншому випадку лексична інновація *otherhood* вводиться фразою *a name for*, після якої пояснено її означення, що більшою або меншою мірою

відображають певне явище дійсності, а саме стан життя бездітних жінок у сучасному суспільстві: *We have gone without definition or visibility for too long. I am offering “Otherhood” as a name for our misunderstood group of women doing our best to live full and meaningful lives despite the frustrations of some of our most cherished longings. We, the **Otherhood**, who have yet to find our rightful, equitable, requisite place in society, deserve one. Our **otherhood** denotes our state, our condition, our character, our nature, and our tribe.* (Seal Press, February 25, 2014). Означення в наведеному уривку надають уточнення значенню поняття *otherhood* (*our misunderstood group of women; who have yet to find our rightful, equitable, requisite place in societ; denotes our state, our condition, our character, our nature, and our tribe*).

Лексичну інновацію *wardrober* в наступному реченні подано через дефініцію *a person who engages in wardrobing*, яка виноситься після її вживання: *“Reports from south of the border say some U.S. retailers are using computer tracking to weed out habitual refunders, “wardrobers” (who buy clothes, wear them, then bring them back) and downright crooks.” – “Mostly happy returns for Canadians: Refunds, exchanges Unlike U.S. retailers, firms here tend to have buyer-friendly policies”* (Gazette, November 23, 2004). При цьому пояснення значення зазначеної інновації відбувається через опис означення (*who buy clothes, wear them, then bring them back*), коли деякі магазини запроваджують систему логістики (*computer tracking*) тоді, коли покупці практикують повернення одягу в магазин після його використання.

Пояснення значення лексичних інновацій відбувається через розуміння змісту нових слів-реалій, причому можуть передаватися як суттєві ознаки об'єкта дійсності, так і такі, що не містять у своєму складі тих диференційних ознак, що вирізняють їх від інших. Наприклад, розуміння суті нових слів-реалій, що позначають соціальні явища (*globesity epidemic, globesity festival, globesity hotspot*) з'ясовується основою значення іменника *globesity* та поглиблюється з його комбінацією з іншим іменником. Зокрема, Всесвітня організація охорони здоров'я у 2000 році вперше визнала, що

кількість людей із надлишковою масою тіла та ожиріння набула характеру глобальної епідемії з позиції не стільки естетичної проблеми, скільки дуже серйозної хвороби. У цьому зв'язку стратегія привернення уваги до лексичної інновації *globesity epidemic*, утвореної на основі комбінованої гомогенної моделі "Телескопія + Словоскладання", втілюється тактикою пояснення явища, що подано через прикметник "so-called": *John Norris, writing in Foreign Policy, explained some of the global dynamics that contributed to the so-called "globesity" epidemic, including the soft drink industry's move to use cheaper high-fructose corn syrup instead of sugar in many of their products.* (WorldTruth.TV. September 7, 2013). Пояснення ознак цієї проблеми визначається акцентуванням на політиці легкого доступу до дешевої їжі (*the soft drink industry's move to use cheaper high-fructose corn syrup instead of sugar in many of their products*), що подано розширеним способом викладу інформації.

Прийом **коментування**, при якому описують висновки, припущення, роздуми [100, с. 25–28] у загальному сенсі, є ремаркою про позначувані явища дійсності та пов'язаний із додатковою інформацією, зауваженням або твердженням.

Пояснення явища, представленого лексичною інновацією за допомогою коментування, у наступному реченні вказує на поширеність використання блогів у навчальному процесі, при якому *blogging* є мотивувальним фактором у навчанні, що налагоджує більш тісний контакт із батьками та учнями класу: *For us, audience was the key to the success of blogging, it motivated my pupils to write more and write better, it created a community, extended their learning and engaged parents.* (NATE Classroom, September 22, 2012). У реченні підсумовано академічну успішність усіх учнів класу через вислів *it created a community*. На використання авторської моделі відображення явища у висловленні вказують особовий та присвійний займенники (*us, my*).

В іншому прикладі явище, представлене лексичною інновацією *big mo*, подане коментуванням аналітиків (*what commentators in the US are calling*) як стан непохитної впевненості в політичній кампанії: *It is a movement that has generated for the Illinois senator what commentators in the US are calling “the big mo”, the extraordinary electoral momentum that he is using to crush the Clinton operation.* (The Independent, January 9, 2008). Акцентування уваги на саме явищі політичного характеру здійснюється позначенням учасників подій, де зазначено їхню групову належність (*the Illinois senator, Clinton*), а також прикметником *electoral*.

Отже, дослідження лексичних інновацій із позиції тактики пояснення явищ у висловленнях англомовного медійного дискурсу початку XXI століття дає підстави виокремити комунікативно-прагматичні прийоми: **деталізацію, порівняння, дефініцію, коментар**, що використовуються для привернення уваги до неолексем.

4.2 Інформаційно-інтерпретаційна стратегія: тактики залучення лексичних інновацій

Інформаційно-інтерпретаційну стратегію в нашій роботі розглядаємо як спосіб інтерпретації подій, фактів життя суспільства, стану речей, результатів найрізноманітніших наукових досліджень у світлі, що виражає певну, сповідувану автором концепцію розвитку світу [1, с. 10]. При цьому авторська думка в матеріалі та аналіз фактичної інформації підсилюють прагматичний вплив медійного дискурсу на читача [99, с. 84].

Вважають, що засоби масової інформації не просто відображають реальність, але конструюють її, створюючи образ реальності [100]. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія в сучасному англомовному медійному дискурсі передбачає проведення процедур узагальнення, аналогії, порівняння, абстрагування, систематизації, диференціації, синтезу.

Оскільки основна мета зазначеної стратегії в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття полягає у формуванні позиції читача, корекції його сприйняття світу, що визначається як кінцева мета будь-якої мовленнєвої стратегії [214], лексичні інновації постають як система засобів, що слугує відображенню позамовної дійсності на рівні мови, одиниці якої характеризуються консолідуючо-прагматичними ознаками. Складові компоненти лексичних інновацій спочатку сприймаються читачем як деякі символи, а надалі набувають семантичного оформлення, що пов'язано з певними об'єктами та явищами реального світу.

Інформаційно-інтерпретаційна стратегія використовує тактики, спрямовані намірами автора подати інформацію на створення загального пропозиціонального фонду. У зв'язку з цим особливої важливості набувають процедури представлення нового слова, які реалізуються в руслі діяльнісного підходу до мови у вигляді тактик інформування та апеляції до авторитетів.

4.2.1 Тактика інформування. Зазначена тактика забезпечує подачу інформації, що може розглядатися як вихідна, дана або як нова, що лише вводить те чи інше поняття дійсності [127]. Інформація, яку передає нове слово, перебуває у фокусі уваги і журналіста, і читача, оскільки прагматична інформація лексичної інновації характеризується більшою різноманітністю порівнянно з прагматичною сукупністю значень узуального слова. Крім того зазначена тактика передбачає обмін спеціальною інформацією, знаннями, зрозумілими обом комунікантам.

У нашому дослідженні лексичних інновацій в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття тактику інформування розуміємо як відображення явищ дійсності у формі фактичного твердження. Інформація на рівні змісту повідомлення не акцентує увагу на таких її властивостях, як, наприклад, достовірність, цінність, безпомилковість. Виклад нової інформації про об'єкт, явище дійсності у вигляді визначень, суджень,

висновків характеризується послідовністю тлумачення, логічністю та несуперечністю [37, с. 400].

Тактика інформування реалізується в загальному змісті та відсутності експліцитної вказівки на авторство [5, с. 120–124]. Наприклад, інформування про появу соціальних явищ демонструє одиниця *GASP, gasp* (**Group Against Smoking and Pollution**). Спільним між словом-прототипом та елементами його корелята є наявний образ, а саме: "утруднене дихання через куріння; забруднення повітря" [234]. Підібраний фразовий еквівалент, що розшифровує лексичну інновацію, наочно демонструє роботу волонтерів-антиютюнників, які регулюють роботу закладів харчування: *Polly was a member of **GASP** (Group Against Smoking Pollution), which was key to getting the tobacco tax passed and smoking banned in California restaurants.* (Earth Island Journal, January 1, 2005). Передавання інформації в англomовному медійному дискурсі, як, наприклад, про заборону курити в ресторанах (*the tobacco tax and smoking banned*) реалізується за допомогою повідомлень, в яких чітко простежуються причинно-наслідкові зв'язки, що й зумовлюють логічні висновки [76].

Мовними сигналами в реченнях, що вказують на причинно-наслідкові зв'язки, є сполучники результату або наслідку, а саме: *so, hence, thus*. Інформування про явище, представлене в наступному реченні лексичною інновацією *lifhack*, відбувається на основі обґрунтування (*for getting more done with less stress*) використання так званих "корисних порад" та трюків, що допомагають вирішувати побутові проблеми та роблять якийсь аспект життя простішим та ефективнішим: *Hence "lifehacks": crude but ingenious productivity tricks for getting more done with less stress.* (The Guardian, November 11, 2006). При цьому фраза *Hence "lifehacks"* у реченні є висновком логічного тлумачення використання таких трюків (*crude but ingenious productivity tricks*).

Іншими мовними сигналами, що привертають увагу до нової інформації, репрезентованої лексичними інноваціями в англomовному

медійному дискурсі, є підрядні сполучники *as, because, for, since*, які передають відношення залежності, послідовно розкривають внутрішній зв'язок явищ, понять, подій через причинно-наслідкові зв'язки: від менш до більш важливого, від уже відомої до нової інформації [100, с. 107].

Характерною ознакою реалізації тактики інформування є також і застосування послідовних ланцюжкових визначень. Наприклад, у наступному реченні так подано інформацію про *Generation E* – наймолодше покоління сучасності: *Some people call these Internet do-it-yourselfers Generation C, for the creative content they put on the Net. Or citizen media, meaning they're average people offering their work to the world. Another name is **Generation E** for entitled, because these folks feel they have just as much right as established writers or musicians or filmmakers to be heard.* (Federal Information & News Dispatch (Washington, D.C., May 19, 2004). В аналізованому уривку прийменник *for* і наступне за ним слово виконують функцію означення (*Generation C for the creative content, Generation E for entitled*). Підрядний сполучник *because* вказує на причину зв'язку між суб'єктом та ситуацією (*these folks feel they have just as much right as established writers or musicians or filmmakers to be heard*).

Тактика інформування реалізується із залученням засобів суб'єктивної модальності, наприклад, прислівника *maybe*, який на початку речення мотивує читача сприйняти подальше висловлення як істину, що є "наслідком суб'єктивних орієнтирів мовця" [65, с. 157]: *Maybe not as much as before, but the wheels are still turning and **fashionist** as still must have those "must haves!"* (Western Mail (Cardiff, Wales), May 28, 2008).

Отже, у результаті проведеного аналізу лексичних інновацій в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття встановлено, що тактика інформування реалізується шляхом змістовної організації повідомлень, у яких чітко простежуються причинно-наслідкові зв'язки, що зумовлюють логічні висновки, судження, визначення.

4.2.2 Тактика апеляції до авторитетів. Тактику апеляції до авторитетів розглядаємо в нашій роботі як наведення популярної думки, яку підтримує велика група людей або яка підкріплюється покликаннями на авторитетів у суспільстві чи в певних його верствах. Оскільки існує два види авторитету (авторитет компетентності та авторитет посади) [148], то на підтвердження правильності та важливості інформації, підвищення довіри до викладу матеріалу спрацьовує "ефект професіонала" та "ефект імені".

Ця тактика виявляється в повідомленнях інформативного та інтерпретативного характеру, комунікативно-прагматична інтенція авторів яких реалізуються у вигляді викладу думок, що виражають погляди та ставлення впливових авторитетів у конкретній сфері життя до кого-, чого-небудь. Такі судження можуть спиратися на дійсні факти, містити оцінку та супроводжуватися коментарем.

Покликання, що містять інформацію про авторитетів, пов'язано в досліджуваному матеріалі: з відомими широкому загалу авторитетними спеціалістами із зазначенням їх прізвищ; із цитуванням думки конкретної людини про явище, але без зазначення виду занять, професії; з групою фахівців; з групою впливових людей, посадовців.

Характерною ознакою реалізації тактики апеляції до авторитетів є використання у висловленні покликання на *відомого широкому загалу авторитетного спеціаліста із зазначенням його прізвища*. Наприклад, автор публікації репрезентує за допомогою лексичної інновації *intellidating* надзвичайно популярний спосіб знайомств: *And, as London relationship coach Michael Myerscough says, it takes the “stress of performance” off of dating, since most **intellidating** unfolds over many hours in a less love-me-now-or-leave-me environment than the bar scene or a jittery fix-up dinner.* (The Globe and Mail, October 28, 2006). Залучення думки експерта (*relationship coach*), що складається з імені та прізвища (*Michael Myerscough*) і є відомим у сфері психології створення сім'ї, надає змісту повідомлення переконливого характеру.

Апеляція до авторитету відбувається за допомогою цитування міркувань *конкретної людини про явище, але не зазначено її вид занять, професію*. Наприклад, *Ann Marie Gardner has a buzzword for the “urban-rural confluence” she sees fueling this town’s most recent boomlet as a cultural hub. “Rurbanism,” as she describes it, is when urban expats bring their cultural touchstones and appetites with them when they move to a place like Hudson.* (New York Times, January 15, 2014). Таке судження набуває ефекту правдоподібності та об’єктивного й неупередженого викладу інформації.

У наступному випадку покликання на абстрактних експертів (*The experts*), подане апелятивом у множині, свідчить *про апеляцію до групи фахівців* сфери програмного забезпечення мобільних телефонів: *[The] affairs have spawned a new word in pop culture, chexting, and raised the question of whether it really is cheating on a spouse. The experts say, you bet it is.* (The New York Times, April 8, 2010). Вагомість викладеної інформації про шпигунський програмний додаток до мобільного телефона, за допомогою якого можна отримати доступ до текстових журналів (*chexting*) одного з членів шлюбної пари, що використовується як спосіб боротьби з обманом подружжя, підтверджений позицією декількох професіоналів у формі непрямої мови.

Ще одним способом реалізації аналізованої тактики є *апеляція до групи впливових людей* або *авторитету посади*, репрезентована препозитивними означеннями *leading experts* та *federal task force*, думки та поради яких мають особливу цінність для всього суспільства, відіграють вирішальну роль у процесі відображення реальності: *The cases of homegrown extremism over the past two months serve as a blunt reminder that terrorism originating in the United States is a legitimate threat to our safety – leading experts to cheer the resurrection of a federal task force on domestic terrorism that was dormant for more than a decade.* (NBC News, June 11, 2014).

Отже, тактика апеляції до авторитетів, реалізована лексичною інновацією *із залученням позиції відомого широкому загалу авторитетного спеціаліста із зазначенням його прізвища, конкретної*

людини про нове явище, але без зазначення її виду занять, професії, групи фахівців або впливових людей і посадовців, використовують в англомовному медійному дискурсі початку ХХІ століття для підтвердження правильності та важливості викладу інформаційного повідомлення. Зазначена тактика актуалізує позицію авторитету компетентності або авторитету посади щодо явища дійсності, що передається лексичною інновацією. Формами втілення цієї тактики є цитування авторитетів, уживання непрямої мови, покликання на експертів, впливових людей, що зумовлені сформулювати в аудиторії поняття про нові явища дійсності.

4.3 Стратегія оцінки: тактики залучення лексичних інновацій

Стратегію оцінки розуміємо як спосіб цілеспрямованого, усвідомленого встановлення значимості об'єкта оцінки, номінованого лексичною інновацією, зумовленою визнанням або невизнанням цінності об'єкта з позиції відповідності або невідповідності його ознак певним ціннісним критеріям [101].

Учені зазначають, що знання про світ, а також система поглядів на життя, природу й суспільство формуються в процесі оцінювання суб'єктом результатів пізнання навколишньої дійсності [74; 88, с. 24]. Ситуація оцінювання створюється сукупністю різнорідних та різнорівневих мовних та позамовних чинників, що в процесі кодування та декодування інформації, зображеної лексичною інновацією, підводяться та інтерпретуються як під відповідну категорію цінностей, норм, стереотипів, так і набутий досвід, знання, а також індивідуальні особливості читача [98].

Оцінку вважають однією зі структурних універсальї мови з категоріальною закономірною побудовою більшості оцінних суджень із позитивною або негативною семантикою [74; 118, с. 98; 148].

Вибір комунікативно-прагматичних механізмів творення та функціонування англомовних лексичних інновацій у медійному дискурсі, що

надають оцінку конкретному явищу дійсності, передбачає врахування автором повідомлення конкретних умов, у межах яких і відбувається оцінювання реалії. Дослідження лексичних інновацій, що зумовлюють комунікативну діяльність у прагматичному плані на рівні стратегії оцінки, проводять з урахуванням комунікативних, словотвірних і дискурсивних характеристик. З позиції характеру ставлення мовця до повідомлення оцінка буває позитивною або негативною [9, с. 57].

Медійний дискурс є своєрідним середовищем реалізації стратегії оцінки, яка втілюється в тактиках формування позитивної оцінки та негативної оцінки. Спосіб вираження оцінних значень лексичних одиниць вирізняє дві форми їх репрезентацій: експліцитну та імпліцитну. При експліцитному способі використовують лексичні одиниці з елементами оцінки, що створюють контекст передчуття чогось поганого, неприємного або доброго, позитивного [9; 74; 101]. Водночас одиниці з невираженими експліцитними особливостями можуть створювати позитивну або негативну оцінку, експресивну, емотивну забарвленість поряд із денотативною інформацією [17, с. 66] саме завдяки конкретному контексту, що є імпліцитним способом вираженням оцінки.

Позначення предметів, явищ, фактів дійсності, представлених лексичними інноваціями, можуть містити оцінне судження автора, яке характеризується суб'єктивністю, оскільки думка автора може супроводжуватись як позитивною, так і негативною оцінкою викладеним фактам. Особливістю висловлень з оцінним судженням журналіста є і фактична інформація та оцінка самого факту.

4.3.1 Тактика формування позитивної оцінки. Зазначена тактика визначається залученням лексичних інновацій в англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття, структура, семантика і прагматика яких позиціонуються як схвальне оцінювання явищ дійсності.

Спостереження автора над певними фактами, явищами, подіями дійсності, що створюють позитивний фон, сприяє швидшому розумінню та засвоєнню інформації. Відображення подій у медійному повідомленні пов'язане з намаганням журналіста вплинути на читача.

Тактику формування позитивної оцінки явищ, представлених лексичними інноваціями в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття подано в нашому дослідженні в зображенні схвалення; згоди; подій, які ґрунтуються на досвіді, фактах.

Використання експліцитних позитивнооцінних лексичних інновацій, що позиціонуються з людьми, вчинки та діяльність яких викликають *схвалення*, репрезентує лексема *father-friendly* в наступному реченні: *These measures of individual behaviors tend to indicate how people are engaged in actual “father-friendly” actions that shape the atmosphere for male involvement and provide a positive, inviting approach to being involved.* (Psychology and mental health, January 1, 2011). Позначення явищ, представлених лексичними інноваціями зі складовим елементом *-friendly*, пов'язане з категоріями зручності, безпечності, приязності, готовності допомогти. В аналізованому повідомленні зазначена лексична інновація створює позитивно-оцінний образ батька, його ролі в суспільстві. Однією з основних особливостей зображення характеристик людей, що позитивно оцінюються в медійному дискурсі, є їх активність, практичність. Такі ознаки подано в цьому реченні власне лексичним засобом, що доповнюється поліграфічним оформленням – лапками, які й вводять лексичну інновацію з компонентом *-friendly*, утворену за морфологічною моделлю словоскладання *N + Adj*. Надалі за дії прийому дефініції автор для створення позитивної оцінки використовує одиниці синтаксичного рівня: вставну конструкцію (*that shape the atmosphere for male involvement*), конструкцію з перерахуванням (*a positive, inviting approach*). Використання дескриптивних позитивно-оцінних прикметників (*positive, inviting*) надають дефініції суб'єктивної ознаки, виражаючи позитивне ставлення автора до такого індивідуально-суспільного явища дійсності.

Автор наступного повідомлення використовує лексему *smirting*, утворену за моделлю телескопійної деривації (**smoking** + **flirting**) при номінації соціального явища – нового способу знайомств, коли було прийнято заборону на куріння в громадських місцях, що **схвально оцінили** як курці, так і некурці: *Indulged in a bit of **smirting** lately? Yes, that's right, smirting. It's the new phenomenon of smokers ducking outside the pub or workplace and engaging in a bit of good old-fashioned flirting.* (New Zealand Herald, July 3, 2005). Незважаючи на негативні асоціації та небажані наслідки куріння, цей спосіб соціальної поведінки та можливостей флірту (*flirting*) як своєрідного прояву симпатії зі значенням "behave as though attracted to or trying to attract someone" [258] отримують схвалення, на що вказують прислівники та прикметники (*that's right, a bit of good*).

Прикладом реалізації тактики позитивної оцінки є використання лексичних одиниць, що вживаються в процесі **зображення згоди** щодо явищ дійсності. У медійному дискурсі під час формування оцінки про референт використовують оцінну лексику позитивної семантики, яка міститься в структурі значення самого слова. Наприклад, лексична одиниця *copreneurs*, утворена за допомогою приєднання префікса *co-* до іменникової основи, де префікс із семою 'together; with' [234] підкреслює взаємну домовленість, порозуміння, погодження сімейної пари на спільне виконання певної діяльності: *The Cooks are part of what may be one of the fastest-growing small-business trends in the United States: married couples, or "**copreneurs**," that own and operate franchise businesses.* (The Dallas Morning News, Nov 21, 2005).

У наступному прикладі експліцитна позитивна оцінка передається в процесі **зображення подій, які ґрунтуються на досвіді, фактах**: *Some 40 percent of U.S. leisure travelers, nearly 21 million people, took a **multigenerational trip** in the previous 12 months, according to a new study by Preferred Hotels, and this may just be the tip of the iceberg.* (The Huffington Post, December 16, 2011). Зазначена тактика реалізовується через залучення лексичної одиниці *multigenerational trip*, у семантиці якої оцінка

спостерігається лише імпліцитно. Позитивній оцінці сприяє й контекст, що містить конкретні факти, представлені числівниками (*40 percent, 12 months, 21 million people*), особовими іменниками (*U.S., Preferred Hotels*), а також емотивна ідіома (*the tip of the iceberg*).

Отже, позитивне сприйняття медійного повідомлення пов'язане з формуванням позитивної оцінки завдяки використанню лексичних інновацій, що відображають *схвалення, згоду, події, які ґрунтуються на досвіді, фактах*. Позитивна оцінка може міститись як у значенні самої лексеми або її складників, що відповідає експліцитному способу вираження оцінки, так і створюватись контекстом – імпліцитно.

4.3.2 Тактика формування негативної оцінки. Тактику формування негативної оцінки визначаємо залученням лексичних інновацій в англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття, структура, семантика і прагматика яких позиціонуються як неприйнятне, негативне, несхвальне ставлення до позначуваних явищ. Основна інтенція авторів, які використовують зазначену тактику в медійному дискурсі, – скерованість на конфлікт, дистанціювання [74].

Актуалізація негативної оцінки, реалізована лексичними інноваціями в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, пов'язана з позначенням зневіри в успіх, у краще майбутнє; приниження, зневаги, презирства; занепокоєння; засудження; іронії, сарказму та репрезентована експліцитно або імпліцитно.

Експліцитний спосіб негативної оцінки реалізується через лексичні одиниці конкретної семантики, яка, як і лексема *defensive pessimist*, номінує об'єкт, який характеризується *зневірою в успіх, у краще майбутнє: Defensive pessimists expect the worst and expend lots of energy mentally rehearsing how things might go wrong. But by doing this, they can improve the odds of achieving their goals.* (The Guardian, August 15, 2009). Інтенсифікацією оцінного

значення цілого висловлення є використання негативно-маркованих одиниць (*expect the worst, expend lots of energy, go wrong*).

Морфологічний аспект експліцитного позначення негативної оцінки в медійному дискурсі представлений лексичними одиницями з суфіксами *-ie/-y, -o*, що є оцінним компонентом, створюють ефект соціальних протиріч і передають дещо зухвалу, нешанобливу, легковажну конотацію [261, с. 623]. За допомогою суфікса *-ie*, як у в лексичній інновації *Muzzie*, утвореній шляхом його додавання до усічення-апокопи *Muslim*, передається **приниження, зневага, презирство** до людей за груповою належністю: *Shepparton Magistrates Court today heard Mohammed had been asked about bomb-making and taunted as a “Muzzie” by his co-workers.... Mr. Regan told the court it was the nature of the town to use nicknames and refer to the Halal butchers as “Muzzies.”* (Australian Associated Press, November, 17, 2003). Лексему *Muzzie* вживають як до конкретної людини (*Mohammed*), так і до певної групи людей (*refer to the Halal butchers*).

Лексична інновація, у складі якої афікс характеризується емоційною нейтральністю, може передавати негативно-оцінні репрезентації експліцитним способом, наприклад, як із суфіксом *-ist* лексеми *information environmentalist* у наступному повідомленні: *The information age, it seems, is data-contaminated. And it's not just the volume of information that's worrisome; it's the lack of context in which it's delivered. At least that is the argument of a new and growing group of people some call “information environmentalists.” Their aim: to reclaim quiet mental space from the chirping persistence of cellphones, personal digital assistants, instant messaging, niche cable channels, and a virtual landscape littered with news, entertainment, and sales pitches.* (Christian Science Monitor (Boston, MA), May 10, 2004). Негативно-оцінне ставлення автора до змісту повідомлення вказує на його **занепокоєння** (*that's worrisome*) щодо такого соціального явища, як "інформаційне перенавантаження", і його негативного впливу. На прикладі описового пояснення лексичної інновації *information environmentalists* виявляється й

раніше зазначена загальномова тенденція привілею негативної оцінки порівняно з позитивною [74; 101].

Використання телескопійної інновації *slacktivism* (**slack** – лексична одиниця негативної семантики + **activism**, що характеризується емоційно-нейтральним суфіксом *-ism*) унаочнює спосіб вираження оцінки *засудження* соціально значимого явища – мережевого активізму: *Since slacktivism and its convenience are probably not going anywhere any time soon, it should become the gateway into more direct, informative and effective forms of activism.* (The Huffington Post, February 22, 2013). Аналізований випадок оцінного судження щодо диванного активізму *slacktivism* (що повідомляє про "самозаспокоїливі" дії, які спрямовані на підтримку у вигляді "лайків", онлайн-петицій, флешмобів та масових розсилок того чи іншого питання, що з'являється в соціальних мережах) містить низку ознак, а саме: вставне слово *probably*, вказівку в реченні на можливі наслідки *it should become the gateway into more direct, informative and effective forms of activism*, що створює ефект сатири на задоволеність самого слактивіста від ілюзії причетності до вирішення тієї чи іншої соціальної проблеми.

Наступним прикладом відображення негативної оцінки є використання лексичних інновацій у медійному дискурсі, у семантиці яких оцінка виражається лише імпліцитним способом. Експлікація оцінних значень повідомлення без застосування негативних лексичних або морфологічних маркерів відбувається на рівні контексту, як, наприклад: *Expect the **globesity business** to grow fast, then, along with its expanding customers.* (The Economist, September 25, 2003). Імпліцитна негативна оцінка в зазначеному висловленні щодо глобальної індустрії (*globesity business*) з виробництва "ліків від ожиріння", нових харчових добавок передається *іронією, сарказмом*. Посиленню ефекту негативної оцінки сприяють лексеми *grow fast, expanding*, оскільки чим швидше розвивається виробництво ліків від ожиріння, тим вищим є попит на них, а отже, і зростає кількість її споживачів.

Отже, негативна природа оцінки явищ, об'єктів дійсності, представлених лексичними інноваціями, задіяних в англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття, пов'язана з позначенням *зневіри в успіх, у краще майбутнє; приниження, зневаги, презирства; занепокоєння; засудження; іронії, сарказму* та репрезентована експліцитно або імпліцитно.

4.4 Стратегія апеляції до потреб: тактики залучення лексичних інновацій

Стратегію апеляції до потреб розглядаємо в нашій роботі з позиції використання лексичних інновацій у процесах конструювання подій у сучасному англomовному медійному дискурсі, що пояснюють організацію вербального впливу через апеляцію до потреб людини – фізіологічним, безпеки, належності, репутації, самоактуалізації [100; 192].

Потреби як окремої людської особистості, так і соціальної групи та суспільства загалом є внутрішніми спонукальними мотивами та рушійною силою активності людей, зумовлюючи їхній розвиток і поведінку [192]. У людській поведінці й діях завжди наявна апеляція до потреб, а саме до того, що є життєво необхідним для неї на певний час і що можна обґрунтувати. Апеляцію до потреб розуміють як відображення в медійному дискурсі за допомогою лексичних одиниць подій, ситуацій, у які потрапляє людина через відсутність або нестаток матеріальних, духовних чи соціальних об'єктів і які вона намагається усунути [100].

Оскільки людина мотивована нестатками, задоволення чотирьох потреб людини (фізіологічних, безпеки, належності до груп та визнання) розглядають як обов'язкові для біологічного та соціального життя людини, оскільки вони унаочнюють групу базових потреб її існування [192]. Найвищий рівень ієрархії базових потреб представляє самоактуалізація людини, яку розглядають на рівні буття людини, мотивована зусиллями,

спрямованими на потреби досягнення цілей, що А. Маслоу визначив як безперервну актуалізацію потенціалів, здібностей і талантів [192].

З позиції стратегії апеляції до потреб аналіз лексичних інновацій у медійному дискурсі виявляє способи та засоби задоволення інтересів людини чи групи людей через усвідомлені потреби. Екстралінгвальні чинники, зокрема певні умови, відповідна ситуація, вплив або дія інших осіб, визначають як мотиваційний рівень людини, так й ієрархію смислів і цінностей у мовній моделі світу [107].

Лексичні інновації, які використовують автори англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття, спрямовані на посилення ефекту впливу медіатекстів на читача шляхом апеляцій до потреб людини, які розглядаємо в нашій роботі в межах потреб існування індивіда та потреб у самоактуалізації та чуттєвого задоволення.

4.4.1 Тактика апеляції до потреб існування індивіда. Використання авторами сучасного англomовного медійного дискурсу лексичних інновацій, що задовольняють базові потреби особистості, розкривають зміст різноманітних відношень, покладених в основу конструювання подій [100, с. 37].

Актуалізація тактики апеляції до потреб існування індивіда, реалізована лексичними інноваціями, пов'язана з організацією в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття відображення подій та ситуацій, зумовлених фізіологічними потребами; потребами в належності; потребами у безпеці; потребами у визнанні.

Апеляція до фізіологічних потреб зумовлена використанням лексичних інновацій, що позначають учасників подій та їхню діяльність, явища, феномени дійсності, спрямовані на забезпечення людей харчами, повітрям і предметами першої необхідності. Зазначені потреби є первинними та можуть бути використані для задоволення будь-яких інших потреб [192].

Використання лексичної інновації *freeganism*, утвореної морфологічним способом афіксальної деривації, є прикладом зображення соціального явища, пов'язаного із задоволенням фізіологічних потреб, – використання продуктів вторинної переробки: *He says the freeganism movement, or the practice of reclaiming and eating food that has been discarded, is populated mostly by nonreligious people.* (The Huffington Post, February 22, 2014). Фізіологічна потреба на забезпечення людей харчами активується іменниковими лексемами (*freeganism, food*), а також прикметниковими та дієприкметниковими (*reclaiming, eating, discarded*). Водночас у наведеному повідомленні використання лексем (*movement, nonreligious people*) позиціонуються одиницями, що пов'язані з груповою належністю. При цьому ціле повідомлення експліцитно та імпліцитно вказує на стиль життя суспільної групи – вегетаріанців у США.

Використання лексичних одиниць, що пов'язане з **апеляцією до потреби в належності**, зображає входження людей до різних соціальних утворень – сім'ї, клану, групи, колективу, суспільного класу тощо [192].

У наступному реченні лексичні одиниці із семантикою належності представляють такі групи: **професійну** – у вигляді особистого радника, консультанта (*a personal trainer and life coach*), який допомагає конкретній людині (*Trude*) приймати відповідальні рішення у відповідальній життєвій ситуації, **вікову** – із зазначенням його віку (44), що може також указувати й на відповідний досвід цього радника, що, як наслідок, пояснює вибір автором повідомлення одиниць на позначення **потреби у фізичній безпеці** (*she hired him to help her get into shape*): *Trude met Howard, 44, a personal trainer and life coach, when she hired him to help her get into shape.* (The Mirror, June 15, 2002).

Небезпека пов'язана з відображенням подій, у яких їх учасники репрезентовані як джерело або ціль позбавлення можливості [99, с. 307], як у наступному повідомленні: *Her life turned upside down, an “endo” in biking parlance. Her brother and best friend, Mark, died in a tragic accident overseas.*

(St. Paul, Minn., May 2, 2004). Використання апокопної інновації *endo* (end-over-end) у значенні "аварія, спричинена поїздкою на велосипеді" [259] у поєднанні з предикативними одиницями (*turned upside down, died*) повідомляють про трагічні події, що сталися через обставину причини (*in biking parlance*).

У наступному прикладі телескопійну інновацію в комбінації зі словоскладанням у вигляді лексеми *militainment complex* використано для номінації соціального явища – системи заходів державних та приватних інституцій, направлених на демонстрацію високого рівня безпеки в країні: *David Grondin is Associate Professor in the School of Political Studies at the University of Ottawa. His research centers on the US national security state and the transformation of the American ways of war in the digital age, taking on issues of secrecy, surveillance, privacy, and technology, as well as exploring the cinematic and televisual rendition of the national security state. His current solo project addresses US technowar and the **militainment complex**, while a joint project undertaken with his University of Ottawa colleague, Nisha Shah, focuses on the materiality and (in)visibility of secrecy and surveillance.* (E-International Relations, August 6, 2014).

У цифрову епоху формування інформаційних потоків телевізійне висвітлення воєнних дій або життя військових стає предметом **апеляції до суспільної та національної безпеки**, що в наведеному вище уривку унаочнено фразою (*exploring the cinematic and televisual rendition of the national security state*). Відображення підтримки безпеки в цьому повідомленні відбувається завдяки використанню таких одиниць, як *the US national security state, secrecy, surveillance, the national security state*, що переважають порівняно з одиницями, які зображають небезпеку, зокрема *the transformation of the American ways of war*.

Водночас аналізоване повідомлення унаочнює також і реалізацію **потреб у визнанні** через співвіднесення людини з різними рівнями статусної вертикалі, представленого антропонімом (*David Grondin*), акцентуючи увагу

на професійному боці справи лексемами *Associate Professor, School of Political Studies, the University of Ottawa* та описуючи її досягнення, що призвели до визнання та слави (*issues of secrecy, surveillance, privacy, and technology*).

Апеляція до потреб у визнанні полягає в зображенні подій, ситуацій, у яких учасники демонструють повагу до інших, репутацію та престиж [192, с. 45]. Визнання зображають у медійному дискурсі лексичними одиницями з так званою статусною вертикаллю [100, с. 37], що передбачає просування людини в службовій або суспільній ієрархії або процес індивідуального професійного життя людини, результатом якого стає досягнення бажаного статусу, покращеного рівня життя або слави. З огляду на це апеляцію до потреб у визнанні в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття організовують лексичні одиниці, що відображають офіційне визнання та неформальне визнання.

Офіційне визнання відображене в наступному повідомленні через співвіднесення установ із різними рівнями *суспільної вертикалі* [258, с. 188]: *The reasons that **magnets** were developed were to encourage desegregation by luring better educated families into inner-city schools.* (Reference and Education Community, December 13, 2007). Указуючи на статусне визнання спецшкіл, де еліптизована лексична одиниця з повною субстантивацією прикметника *magnet* порівнюється зі звичайною *school*, автор повідомлення використовує низку дієслів, що відображають рух до досягнення бажаного статусу (*develop, encourage, lure*). Апеляція до потреби у визнанні співвідносить школярів та їхні сім'ї з найвищими шаблями суспільної ієрархії (*better educated families*).

Вибір засобів, що пов'язані з позначенням офіційного визнання в медійному дискурсі, демонструє лексична телескопійна інновація *womage*, що є прикладом так званих "гендерних змін суспільства" в наступному повідомленні: *Can woman manage a company? She certainly wouldn't engage in such a loathsome male-dominated activity, but she's perfectly able to **womage** any business.* (Swiss News, October 1, 2000). Здобуте визнання за гендерним

принципом "піднімає" жінок, які займаються бізнесом, до найвищого щабля статусної вертикалі (*she's perfectly able to womage any business*). При цьому неозначений займенник (*any*), прислівник (*certainly*) та кваліфікативний прикметник (*loathsome*) створюють підсилювальний ефект у гендерному протиставленні (*She* та *male-dominated activity*), створюючи **гендерну належність**.

Неформальне визнання, характерне для поп-зірок [100, с. 191], пов'язане з використанням лексичних одиниць на позначення ситуацій так званих соціальних ліфтів (соціальної мобільності), необхідних для повсякденного функціонування та розвитку суспільства, що дають змогу людям змінювати своє положення в соціумі. У наступному повідомленні аббревіаційна інновація *MTA* репрезентує встановлення більш високого рівня суспільної ієрархії для дівчат модельного бізнесу: *In the fashion industry, models that aspire to reach the silver screen are referred to as MTAs, or models-turned-actresses*. (Seattle Times, Aug. 21, 2004).

Зміна подіуму на екран не лише позначається на кар'єрі, але й додає популярності, веде до успіху, що й демонструє словникова дефініція аббревіатури *MTA* – "жінка-модель, яка згодом стає актрисою" [56, с. 134]). Усвідомлення цього факту відбивається у відповідному повному кореляті (*models-turned-actresses*) аналізованої аббревіації та роз'ясненні, яке дає автор у самому повідомленні (*models that aspire to reach the silver screen*), де дефініція дієслова *aspire* ("rise to a great height") указує на модельний бізнес як канал вертикальної мобільності [98].

Апеляція до потреб існування індивіда представлена такими мовними засобами, зокрема й такими лексичними інноваціями, що репрезентують ситуації, які відповідають вирішенню **фізіологічних потреб, потреб у належності, безпеки та визнанні**. В аспекті задоволення потреб у належності для репрезентації референтів, які позиціонують учасників подій, використовують лексичні одиниці із семантикою професійної, вікової, суспільних груп. Потреби в безпеці актуалізуються лексемами, що

позначають фізичну, суспільну та національну захищеність / незахищеність. Апеляцію до потреб у визнанні організовують лексичні одиниці, що відображають офіційні або неформальні репрезентації поваги, пошани.

4.4.2 Тактика апеляції до самоактуалізації та чуттєвого задоволення. Зазначена тактика визначається вибором лексичних інновацій, які номінують реалії, пов'язані з удосконаленням людини та суспільства [100, с. 205].

Аналіз лексичних інновацій медійного дискурсу дає змогу встановити, що повне або часткове задоволення потреб забезпечується досягнутими цілями, які репрезентовані лексемами на зображення подій суспільної, діяльнісної, динамічної та інтелектуальної самоактуалізації, а також чуттєвого задоволення людини. У процесі відображення подій лексичні одиниці номінують діяльність, яка визначається як процес активної взаємодії суб'єкта з об'єктом, під час якого суб'єкт задовольняє будь-які свої потреби, досягає мети [98]. Відповідно, не запроваджені в життя цілі пов'язані з незадоволеними потребами в самоактуалізації, на що вказують одиниці силової, скандальної семантики [100, с. 236].

Втілення *потреб суспільної самоактуалізації* передбачає виконання цілеспрямованої суспільно-корисної діяльності, що в повідомленнях медійного дискурсу репрезентовано лексичними одиницями, які описують задоволення потреб у процесі відображення таких сфер життя суспільства, як влада, політика, статус.

У процесі апеляції до потреб *влади, політики та статусу* події в медійному дискурсі відображені лексичними одиницями, значення яких співвідноситься з рухом або силою, що характеризують активність учасників подій, пов'язану із задоволенням цих проблем [99, с. 63].

Наприклад, у наступному повідомленні лексична інновація антропонім *Sarko* як апокопне усічення особового іменника (*Sarkozy*), що вживається під час іменування президента Франції, унаочнює реалізацію потреби в суспільній самоактуалізації, яка пов'язана з впливом людини на перебіг подій

і встановленням контролю за певними ситуаціями та діями інших людей: *Here's another suspicion WikiLeaks has helped confirm: French President Nicolas Sarkozy was the source of his "Sarko l'Américain" nickname, and was so proud of it that he took pains to spread it around among U.S. diplomats.* (Time, December 1, 2010). Самоактуалізація відображена предикативними одиницями (*took pains, spread*), які позначають зусилля, спрямовані на досягнення мети, означенням ("Sarko l'Américain") цієї мети та станом задоволення потреби (*was so proud*) досягнути найвищого соціального статусного рівня в країні (*French President*).

Самоактуалізацію відомих людей із позначенням їхнього *статусу*, *назви*, *виду та місця діяльності*, за якою вони ідентифікуються, як у прикладі з лексичною інновацією *guerrilla gardener* (де ця лексема в плані вираженні являє собою одиницю, утворену за комбінованою гомогенною моделлю "Словоскладання + Афіксація"), демонструє наступне повідомлення: *The Duchess of Cornwall became a **guerrilla gardener** and joined a movement that is transforming neglected public spaces into green oases.* (Birmingham Mail (England), September 7, 2011). Атропонім (*the Duchess of Cornwall*) в ініціалній позиції повідомлення не лише вказує на члена монаршої сім'ї, а й виділяє людину за найвищим соціальним статусом Великобританії. Зі свого боку, постпозиційне розміщення класифікатора (*guerrilla gardener*) відповідно до атропоніма знижує статусну вертикаль і вказує на приватний статус індивіда [99, с. 67], який реалізує свої здібності, ресурси й розкриває механізм взаємодії потреб *суспільної* (*joined a movement*) та *діяльничної* самоактуалізації, позначеної дієприкметниковим зворотом у функції означення (*transforming spaces into oases*) з прикметниками (*neglected, public, green*).

Діяльнісна самоактуалізація характеризується представленням самовираження суб'єкта в різних видах ділової активності, втілених у сучасному англomовному медійному дискурсі лексичними інноваціями. Апеляція до потреб діяльнісної самоактуалізації досягається включенням

референтів до силових відношень, які сприяють розвитку, а саме забезпеченню можливості та притяганню [100, с. 205].

Відображення в повідомленні медійного дискурсу діяльності певної частини сучасного англомовного соціуму у сфері громадського та господарсько-економічного життя подано шляхом репрезентації руху одного об'єкта під впливом іншого, що співвідносить події з *притяганням*: *If your boss calls you on the weekend, that's **job spill**. If you boot up your laptop after supper – **spill***. (Akron Beacon Journal, January 9, 2003). Лексична інновація *job spill* позначає поняття "тривалість робочого часу", коли працівник виконує роботу або завдання, які переносяться на особистий час. При цьому притягання досягається вказаними предикатами (*calls on* та *boot up*), що мають семи *'demand that someone do', 'make it ready to use'*, водночас використання займенників (*you, your*) репрезентують об'єкти з позиції учасників подій.

Співвіднесення подій із *забезпеченням можливостей* репрезентує в наступному повідомленні лексична інновація *webaholic* (утворена шляхом складання афіксальних елементів, що унаочнює комбіновану гомогенну модель "Афіксація + Афіксація"): *Teacher Lara Savory is a self confessed **webaholic**. Her collection of practical curriculum links is idiosyncratic and fun*. (The Guardian, 2011). Забезпечення можливостей людини, позначене лексемою *webaholic*, пов'язане з набуттям нею нових якостей: створенням власної системи матеріалів (*collection of practical curriculum links*), що якісно змінюють рівень проведення занять і створюють особливу, цікаву та ефективну атмосферу (*idiosyncratic and fun*) у навчальному процесі. Визначення статусу номінації *webaholic* створюється сполученням антропоніма з препозитивним класифікатором (*teacher Lara Savory*), які встановлюють сферу реалізації діяльнісної самоактуалізації.

Динамічна самоактуалізація в медійному дискурсі характеризується використанням лексичних одиниць, які відображають динамічні відношення

між референтами, що позиціонують учасників подій і пов'язані з рухом, переміщенням, силою [99, с. 229].

Зокрема, у наступному повідомленні лексична інновація *sight-jogging* (утворена за комбінованою гомогенною моделлю "Словоскладання + Афіксація") пов'язана з відображенням руху, переміщенням і силою в аспекті задоволення потреб: *Sofia doubles as a personal trainer and guide in a new fad in the gigantic tourism trade that floods Italy with millions of visitors every year: "sight-jogging." Tourists check out the sights as they run past. On this sunny morning, Sofia led a German woman in an hourlong dash over about 5 1/2 miles and 2,000 years of history.* (Los Angeles Times, June 5, 2006). Іменник *sight-jogging* позначає біговий тур, який є новим видом екскурсій (*a new fad in the gigantic tourism trade*). У повідомленні зазначено рухомий об'єкт (*Tourists, they run past*), місце (*Italy*), тривалість маршруту, напрямок переміщення та мету (*in an hourlong dash over about 5 1/2 miles and 2,000 years of history*). Дієслово-присудок *led* пов'язує підмет (*Sofia*) і додаток (*a German woman*), які позиціонують учасників подій як джерело задоволення потреб. Аналогічно дієслово-присудок *check out* пов'язує підмет (*Tourist*) і додаток (*the sights*), які позиціонуються як ціль задоволення потреб.

Потреби *інтелектуальної самоактуалізації* пов'язані з організацією повідомлень у сучасному англomовному медійному дискурсі, у яких завдяки використанню лексичних інновацій відображаються учасники подій у різній спрямованості забезпечення можливості [99, с. 285].

Апеляція до інтелектуального задоволення зумовлена репрезентацією лексичними одиницями подій, які забезпечують можливості розумового та духовного зростання людини, розвитку особистісного потенціалу та які в нашій роботі розглянуто на позначення обізнаності (освіти), розумової активності, пізнавальних здібностей учасників зображених у медійному дискурсі подій.

Освіта, яку людина здобуває протягом певного періоду життя і яка визначає рівень потреб інтелектуальної самоактуалізації, залежить від

багатьох чинників, із-поміж яких – відповідність попиту та пропозиції (освіти й ринків праці); знання, якими володіє людина; використання потенціалу освіти через особистісне зростання; вирішення кола питань, у яких людина обізнана. Зі свого боку, обізнаність визначають як загальну характеристику мислення, поєднану з пам'яттю, що й дає усвідомлення реальності [111, с. 83].

Позначення *обізнаної людини* з позиції інтелектуальної самоактуалізації в наступному повідомленні медійного дискурсу представлено лексичною одиницею в повній та усіченій формах *multipotentialite / multipod*: *According to writer/entrepreneur Emilie Wapnick, a **multipotentialite**, in simple terms, “is someone with many interests and creative pursuits.” The creator of the Puttylike community for “**multipod**”, Emilie describes herself as “some combination of artist, entrepreneur, writer, speaker, and coach.” She launched Puttylike in 2010 to share her experience and tools with others who weren’t satisfied choosing a single creative specialty.* (The Huffington Post, January 22, 2015). Семантика префікса *multi-* у складі лексем *multipotentialite / multipod* пов’язана з високим рівнем інтересів певної групи людей (*someone with many interests and creative pursuits*) до всього в житті та творчого пошуку (*with many interests and creative pursuits*). Антропонім (*Emilie Wapnick*) у сполученні з препозитивними класифікаторами (*writer/entrepreneur*) характеризує тип людей *multipotencialite*, до якого відносить і себе через певну комбінацію "обізнаності" (*Emilie describes herself as “some combination of artist, entrepreneur, writer, speaker, and coach*), залучаючи при цьому комунікативно-прагматичний прийом порівняння з протилежним типом *specialists*, коло інтересів яких зосереджене на одному конкретному предметі або полі, що не завжди задовольняє інтереси, освітній, професійний і творчий потенціал людини (*with others who weren’t satisfied choosing a single creative specialty*). Отримані знання як результат спеціального професійного навчання й набутого досвіду в різних сферах життя репрезентують людину як джерело забезпечення можливості.

Лексичні одиниці, які використано в медійному дискурсі на позначення *розумової активності* учасників подій, позиціонують людей як ціль розвитку та пов'язані з реалізацією потреб різноманітності, допитливості. Наприклад, у наступному повідомленні неолексема *transhumanism*, утворена за моделлю афіксальної деривації (*N + -ism*), репрезентує філософську концепцію, а також міжнародний рух, спрямований на використання досягнень науки та технологій для вирішення розумових і фізичних можливостей людини: *Max More and Natasha Vita-More, in their edited volume The Transhumanist Reader, claim the need in transhumanism 'for inclusivity, plurality and continuous questioning of our knowledge'.* (The Daily Mail, July 31, 2017). У наведеному прикладі забезпечення можливостей відображає здатність референта до дії (*claim the need*), направленої на реалізацію мети (*'for inclusivity, plurality and continuous questioning of our knowledge'*).

Пізнавальні здібності людей із позиції потреб інтелектуальної самоактуалізації виявляються в іменуванні подій, учасники яких співвідносяться з процесами набуття певних знань. Зокрема, у наступному повідомленні лексичні інновації *highlighting* та *dictionarying*, що унаочнюють афіксальний спосіб деривації (за участю суфікса *-ing*), демонструють інтелектуальну самоактуалізацію в процесі пізнання через механічне запам'ятовування та мисленнєву діяльність: *I love looking up new words (especially when "looking it up" involves highlighting it with my finger for instant dictionarying).* (Gazelles On Crack, October 2, 2013). Номінативні одиниці, що відображають процес пізнання, диференціюють такі його етапи: *looking up, highlighting, dictionarying.*

Забезпечення можливостей в аспекті **чуттєвого задоволення** досягають репрезентацією лексичних одиниць у медійному дискурсі, що пов'язані із залученням учасників подій до різних видів мистецтва та творчості – наукової, технічної, літературно-художньої. Наприклад, телескопійна інновація *movieoke* представляє в наступному повідомленні новий вид творчої розваги – "кінооке": *Although Dujnic said the Den of Cin is a*

*great way to spend his Wednesday evenings, he said that **movieoke** has meant much more to him than just quoting his favorite movie lines.* (Naples Daily News, April 7, 2006). Конструювання подій, пов'язаних із забезпеченням потреб чуттєвого задоволення, відбувається із зазначенням топоніма (*Den of Cin*) – бару в Нью-Йорку та часу (*Wednesday evenings*). Цей вид творчого відпочинку для відвідувачів бару (*Dujnic*) є чимось більшим, аніж копіювання інтонації, жестів і рухів акторів (*movieoke has meant much more to him than just quoting his favorite movie lines*). Забезпечення можливостей пов'язане з ефективним способом (*great way*) позбавлення від сором'язливості та репрезентує апеляцію до потреб чуттєвого задоволення через залучення людини до відповідної діяльності в публічному місці.

Отже, аналіз лексичних інновацій, задіяних в організацію повідомлень англомовного медійного дискурсу початку ХХІ століття, дав підстави встановити, що повне або часткове задоволення потреб забезпечують досягнуті цілі, які репрезентовані лексемами на позначення подій **суспільної, діяльнісної, динамічної та інтелектуальної самоактуалізації**, а також **чуттєвого задоволення** людини або суспільства. Суспільна самоактуалізація репрезентована лексичними одиницями, що апелюють до потреб влади, політики, статусу та таких, які пов'язані з виконанням будь-якої суспільно корисної діяльності. Співвіднесення референтів із подіями силових відношень, які сприяють розвитку, зокрема *забезпечення можливості та притягання*, є реалізацією діяльнісної самоактуалізації. Лексичні інновації, які використовують у процесі відображення динамічних відношень між референтами, що позиціонують учасників подій і пов'язані з рухом, переміщенням, силою, унаочнюють динамічну самоактуалізацію. Лексичні інновації, що відображають учасників подій у різній спрямованості забезпечення можливості (*обізнаність (освіта), розумова активність, пізнавальні здібності*) виявляють потреби інтелектуальної самоактуалізації. Забезпечення можливостей в аспекті чуттєвого задоволення досягають

репрезентацією лексичних одиниць, що пов'язано із залученням учасників подій до *різних видів мистецтва та творчості*.

Висновки до розділу 4

1. Лексичні інновації відіграють визначальну роль у реалізації низки стратегій організації англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття: привернення уваги, інформаційно-інтерпретаційної, оцінки, апеляції до потреб.

2. Стратегія привернення уваги забезпечує реалізацію сприйняття найбільш важливої інформації, яка репрезентована лексичними одиницями та втілена в тактиках їх позиційного розміщення й пояснення явищ, представлених інновацією.

Принцип розміщення лексичних інновацій у висловленні ґрунтується на організації введення нової лексеми та представлено анафорою й катафорою. Анафорична позиція розміщення нового слова передбачає пояснення лексичної інновації перед її появою в повідомленні та спрямована на підготовку читача до сприйняття інформації про новий феномен. Катафорична позиція як аналогія до словникової дефініції надає роз'яснення лексичної інновації після її презентації в повідомленні.

Тактика пояснення явища, представленого лексичною інновацією, здійснюється через комунікативно-прагматичні прийоми, а саме: деталізацію, порівняння, дефініцію, коментар, які використовують для привернення уваги до неолексем.

3. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія втілюється лексичними інноваціями, які інтерпретують події, факти життя суспільства, стан речей, результати найрізноманітніших наукових досліджень у розрізі, що виражає певну, сповідувану автором концепцію розвитку світу. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія залучає тактики інформування та апеляції до авторитетів.

Тактика інформування реалізується завдяки змістовній організації повідомлень, у яких чітко простежуються причинно-наслідкові зв'язки, що зумовлюють логічні висновки, судження, визначення.

Тактика апеляції до авторитетів передбачає залучення позиції відомого широкому загалу авторитетного спеціаліста із зазначенням його прізвища; конкретної людини про нове явище, але без зазначення її виду занять, професії; групи фахівців або впливових людей і посадовців для підтвердження правильності та важливості викладу інформаційного повідомлення.

4. Стратегія оцінки реалізується через позначення позитивних чи негативних рис нових явищ, що зумовлені визнанням або невизнанням їх цінності з позиції відповідності або невідповідності їхніх ознак критеріям "добре" та "погано". Оцінка може виражатись експліцитно через оцінні складники залучених лексем або імпліцитно через контекст.

Тактика формування позитивної оцінки пов'язана з використанням лексичних інновацій, що відображають схвалення, згоду, події, які ґрунтуються на позитивному досвіді, фактах.

Тактика формування негативної оцінки пов'язується з позначенням зневіри в успіх, у краще майбутнє, приниження, зневаги, презирства, занепокоєння, засудження, іронії, сарказму.

5. Стратегії апеляції до потреб утілюються лексичними інноваціями на позначення аспектів нових явищ, які відповідають потребам існування індивіда та потребам у самоактуалізації та чуттєвому задоволенні.

Тактика апеляції до потреб існування індивіда реалізована лексичними інноваціями, що відображають події та ситуації, зумовлені фізіологічними потребами, потребами в належності, потребами у безпеці, потребами у визнанні. Задоволення потреб у належності реалізуються лексичними одиницями із семантикою професійної, вікової, суспільних груп. Потреби в безпеці актуалізовані лексемами, що позначають фізичну, суспільну та національну захищеність / незахищеність. Апеляцію до потреб у визнанні

організують лексичні одиниці, що відображають офіційні або неформальні репрезентації поваги, пошани.

Тактика апеляції до самоактуалізації репрезентована лексемами на позначення подій суспільної, діяльнісної, динамічної та інтелектуальної самоактуалізації. Суспільна самоактуалізація втілюється лексичними одиницями, що апелюють до потреб влади, політики, статусу та таких, які пов'язані з виконанням будь-якої суспільно корисної діяльності. Співвіднесення референтів із подіями силових відношень, які сприяють розвитку, зокрема забезпеченню можливості та притяганню, є реалізацією діяльнісної самоактуалізації. Лексичні інновації, які використовують у процесі відображення динамічних відношень між референтами, що позиціонують учасників подій та пов'язані з рухом, переміщенням, силою, унаочнюють динамічну самоактуалізацію. Лексичні інновації, що номінують учасників подій у різній спрямованості забезпечення можливості (обізнаність (освіта), розумова активність, пізнавальні здібності) виявляють потреби інтелектуальної самоактуалізації.

Забезпечення можливостей в аспекті чуттєвого задоволення досягається репрезентацією лексичних одиниць, що пов'язано із залученням учасників подій до різних видів мистецтва та творчості.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У роботі досліджено структуру та прагматику лексичних інновацій, задіяних в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, що створено засобами масової інформації реальністю, яка інтерпретує події. Теоретичне підґрунтя роботи становить комплекс наукових праць із неології (Д. П. Борис, О. Л. Гармаш, О. М. Головка, Ю. А. Зацний, Л. С. Янишина), лінгвістичної прагматики (Ф. С. Бацевич, А. І. Д'яков, М. А. Брейтер, В. В. Якуба) та медіалінгвістики (Н. І. Андрейчук, Ю. М. Великорода, С. І. Потапенко, О. О. Селіванова).

Лексичні інновації визначаємо як лексичні одиниці, значення та варіанти слововживання, що іменують нові поняття в різноманітних сферах життєдіяльності людини та забезпечують організацію повідомлення. У роботі досліджено лексичні інновації, які типологізовані за словотвірними моделями. Словотвірну модель розуміємо як схему утворення лексичних інновацій за типовою структурою, що здатна заповнюватися різним лексичним матеріалом. За допомогою аналізу словникової дефініції, лексикографічного та компонентного аналізів досліджено семантичну структуру лексичних інновацій, що дало змогу визначити, як співвідноситься нове слово з репрезентацією відповідного референта.

Утворені за моделями словотвірної деривації лексичні інновації, задіяні в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, проаналізовано в чотири етапи, які включали класифікаційний, спрямований на відбір матеріалу дослідження; моделювання словотвірної деривації, що об'єднало визначення структури моделей та виявлення особливостей репрезентації референтів лексичними інноваціями; лінгвопрагматичний аналіз лексичних інновацій, що дав підстави виявити та схарактеризувати роль лексичних інновацій у тактико-стратегічній організації медійного дискурсу; етап кількісного аналізу, під час якого виявлено продуктивність моделей словотвірної деривації та їх активність у репрезентації референтів.

Виокремленні з англомовного медійного дискурсу початку XXI століття лексичні інновації, утворені за моделями словотвірної деривації, представлено в дослідженні некомбінованими (69,8% одиниць) та комбінованими (30,2% одиниць) моделями. З-поміж некомбінованих моделей виокремлено морфологічні (65,2% одиниць) та моделі скорочення (34,8% одиниць).

Найбільш продуктивними є морфологічні способи словотворення. Найвищу частотність показали моделі афіксальної деривації (43,3% лексичних інновацій) та словоскладання (31,8% одиниць). Досить вагомою є частка вживання й телескопійних інновацій (24,9% лексем) в англомовному медійному дискурсі. Зазначені моделі здебільшого позначають людей за професійною ознакою, види економічної, наукової, інформаційної діяльності та реалій суспільного життя.

Моделі скорочення є другими за продуктивністю та включають середньопродуктивні аббревіацію (28% одиниць), ініціальні скорочення (23% лексем), акронімізацію (16% одиниць), усічення (16% одиниць). Малопродуктивними є креолізація (10% одиниць) та еліптизація (7% інновацій). Моделі скорочення задіяні в процесі утворення слів, що іменують соціальні явища, продукти, пристрої, людей за груповою та віковою належністю, професійною діяльністю та установи.

Принцип творення лексичних інновацій за комбінованими моделями ґрунтується на поєднанні генетично споріднених або генетично відмінних елементів та способів словотворення, відповідно до якого виокремлено гомогенні та гетерогенні моделі. Комбіновані гомогенні моделі, які поєднують генетично споріднені елементи й способи словотворення, представлені в англомовному медійному дискурсі початку XXI століття моделлю "Словоскладання + Афіксація", що є найбільш продуктивною в цій групі (57% одиниць). Середню продуктивність демонструє модель "Телескопія + Словоскладання" (22% одиниць). Низьку продуктивність виявляють моделі "Афіксація + Афіксація" (11% лексем) та "Телескопія +

Афіксація" (10% інновацій). Зазначену групу моделей утворення лексичних інновацій використовують у сучасному англомовному медійному дискурсі в репрезентації референтів, що ідентифікують людей за характерною ознакою, за належністю до групи однодумців, за сферами діяльності, пов'язаними з інтернетизацією, технічним розвитком суспільства, фінансово-економічним простором людства, екологією; явища економічного, інформаційного, соціального, фінансового аспектів.

Неспоріднені елементи та способи словотворення унаочнюють комбіновані гетерогенні моделі, що представлені двома рівнозначно продуктивними: "Скорочення + Афіксація" (52% лексем) та "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання" (48% одиниць). Моделі цієї групи переважно репрезентують такі нові референти, що іменують соціальні явища, ідентифікують людей за професійною діяльністю, пов'язаною з інтернетизацією та техногенністю сучасного життя, його ознаки, продукти.

Виявлено низку стратегій англомовного медійного дискурсу (привернення уваги, інформаційно-інтерпретаційної, оцінки, апеляції до потреб), у реалізації яких лексичні інновації відіграють вирішальну роль. Лексичні інновації функціонують як стимул, що активізує увагу читача під час реалізації стратегії привернення уваги в медійному дискурсі. Остання включає тактику позиційного розміщення інновації, яка реалізує як ініціальну – катафоричну позицію нового слова у висловленні, так і кінцеву – анафоричну презентацію інновації, при цьому остання переважає в сучасному англомовному медійному дискурсі (60% фіксацій). Якщо катафорична позиція базується на комунікативно-прагматичному прийомі деталізації інформації та передбачає поступове пояснення феномену, позначеного інновацією, після її введення в контекст, то анафорична позиція має на меті введення опису, тлумачення та коментаря феномену з його подальшою номінацією. Тактика пояснення явища, представленого лексичною інновацією, що також реалізується в межах стратегії привернення

уваги, включає дефініцію, коментар, порівняння з іншими вже відомими явищами, деталізацію його ознак та характеристик.

Як засіб реалізації інформаційно-інтерпретаційної стратегії лексичні інновації називають явища, ознаки, поняття, що нещодавно з'явилися та, відповідно, потребують презентації в медійному дискурсі. Тактика інформування як складова інформаційно-інтерпретаційної стратегії реалізується за допомогою висловлень із чітко простежуваними причинно-наслідковими зв'язками та спрямована на те, щоб розширити інформаційне поле читача, закріпити в його свідомості факти про явища, для номінації яких використовують лексичні інновації. Тактика апеляції до авторитетів актуалізує позицію відомого широкому загалу авторитетного спеціаліста із зазначенням його прізвища; конкретної людини про нове явище, але без зазначення її виду занять, професії; групи фахівців або впливових людей і посадовців для підтвердження правильності та важливості викладу інформаційного повідомлення. Зазначена тактика втілюється за допомогою цитування, непрямої мови, покликання на експертів та спрямована на формування в читача поняття про новий факт дійсності.

Тактики формування позитивної та негативної оцінки, вираження якої міститься як у семі лексичної інновації, так і в повідомленні, яке її супроводжує, визначають стратегію оцінки, яка є ефективним засобом структурування інформації. Позитивна та негативна характеристика нового явища спрямована на формування позитивного або негативного ставлення читача до нових явищ і пов'язана з використанням лексичних інновацій, що відображають схвалення, згоду, події, які ґрунтуються на позитивному досвіді, фактах, а також зневіру в успіх, у краще майбутнє, приниження, зневагу, презирство, занепокоєння, засудження, іронію, сарказм відповідно.

Прагматичний вплив лексичних інновацій, які є засобом втілення стратегії апеляції до потреб, пов'язаний із виокремленням таких аспектів нових явищ, які відповідають потенційним інтересам читача. Лексичні інновації, що номінують нові явища дійсності, є засобом атракції уваги,

апелюючи до потреб існування індивіда та потреб у самоактуалізації й чуттєвого задоволення. Тактика апеляції до потреб існування індивіда реалізована лексичними інноваціями, що відображають події та ситуації, зумовлені фізіологічними потребами, потребами в належності, потребами у безпеці, потребами у визнанні. Задоволення потреб у належності втілено лексичними одиницями, що узгоджується з професійною, віковою, суспільною групами. Потреби в безпеці актуалізовано лексемами, що позначають фізичну, суспільну та національну захищеність / незахищеність. Апеляцію до потреб у визнанні організовують лексичні одиниці, що відображають офіційні або неформальні репрезентації поваги, пошани.

Тактика апеляції до самоактуалізації репрезентована лексемами на позначення подій суспільної, діяльнісної, динамічної та інтелектуальної самоактуалізації, кожна з яких апелює до потреб влади, політики, статусу; відображає події силових відношень, які сприяють розвитку; позиціонує учасників подій і пов'язана з рухом, переміщенням, силою, а також відображає учасників подій у різній спрямованості забезпечення можливості, а саме: обізнаність (освіта), розумова активність, пізнавальні здібності відповідно.

Забезпечення можливостей в аспекті чуттєвого задоволення досягається репрезентацією лексичних одиниць, що пов'язано із залученням учасників подій до різних видів мистецтва та творчості.

Перспективи наукового дослідження вбачаємо у виявленні когнітивних механізмів утворення лексичних інновацій, визначенні їх ролі в організації інших типів дискурсу та у зіставному вивченні лексичних інновацій в структурному, семантичному та лінгвопрагматичному аспектах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрейчук Н. І. Потенціал лінгвосеміотичної інтерпретації для розвитку перекладознавчих студій // Записки з романо-германської філології. 2015. Вип. 1. С. 8–14. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_1_5
2. Андрейчук Н. І., Бондарчук О.А. Художній образ крізь призму лінгвосеміотики // Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія : Філологічні науки (мовознавство). 2015. № 3. С. 17–22. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvddpufm_2015_3_4
3. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Ужгород, 2003. 268 с.
4. Антошкіна Л., Красовська Г., Сигеда П., Сухомлинов О. Соціолінгвістика : навчальний посібник. Донецьк : ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2007. 360 с.
5. Артамонова І. М. Медіатекст сучасних ЗМІ // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія філологія. Харків, 2007. № 766. Вип. 51. С. 120–124.
6. Балюта Е. Г. Нова лексика та фразеологія англійської мови сфери охорони довкілля: структурно-семантичні і функціональні параметри : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Одеса, 2007. 20 с.
7. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник]. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
8. Белозьоров М. В. Англійські лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки: структурний, семантичний і соціофункціональний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2003. – 19 с.
9. Бігунова Н. О. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання : монографія. Одеса : КП ОМД, 2017. 580 с.

10. Білоконенко Л. А. Пейоративна й інвективна лексика в міжособистісному конфлікті // Філологічні студії: Науковий вісник КНУ : зб. наук. праць / за заг. ред. Ж. В. Колоїз. Кривий Ріг, 2012. Вип. 7. Ч. 2. С. 119–127.
11. Бірюкова О. Міжмовна асиметрія як джерело розвитку мови / О. Бірюкова // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Філологія (мовознавство) : збірник наукових праць / [гол. ред. Н.Л. Іваницька]. – Вінниця : ТОВ «Фірма «Планер», 2014. – Вип. 20. – С. 213–218.
12. Борис Д. П. Структурне моделювання деабревіатур-неосленгізмів початку ХХІ століття // Україна і світ: діалог мов та культур : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. / Київ, 1–3 квіт. 2015 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. лінгв. ун-т. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2015. С. 39–41.
13. Бялик В. Д. Когнітивно-дискурсивні стратегії дослідження неологізму // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Прагмалінгвістика. 2009. № 6 С. 163–168.
14. Василенко Д. В. Розвиток словникового складу англійської мови військової сфери ХХ – початку ХХІ століття: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Донецьк, 2008. 237 с.
15. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов : посібник для перекладацьких відділень вузів. Вид. 5-те, доп. та переробл. Вінниця : Нова книга, 2012. 160 с.
16. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов : посібник [для перекладацьких відділень вузів]. Вінниця : Нова книга, 2003. 160 с.
17. Вовченко О. О. Комунікативно-прагматичний аспект складних іменників зі скомпресованим компонентом // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. пр. / відп. ред

Н. М. Корбозерова. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2005. Вип. 6. С. 61–68.

18. Гармаш О. Л. Англомовна епідигматика та розвиток вокабуляру : моно ія. Мелітополь : ТОВ «Видавничий будинок ММД», 2009. 128 с.

19. Гармаш О. Л. Англомовні морфологізовані мета концепти в процесах концептуальної деривації (на матеріалі мовних інновацій кінця ХХ – початку ХХІ ст.): дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2017. 525 с.

20. Гармаш О. Л. Виникнення словотворчих морфем та процеси афіксальної деривації англомовних інновації (лінгвокогнітивний аспект) // Наукові записки. Серія «Філологічна». Острог : Вид-во Національного університету «Острозька академія». 2012. Вип. 26. С. 63–66.

21. Гармаш О. Л. Збалансованість процесу поповнення словникового складу сучасної англійської мови [Текст] // Нова Філологія : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. № 36. С. 182–190.

22. Гармаш О. Л. Лінгвокогнітивне висвітлення системних характеристик афіксального фонду англійської мови // Функціональна лінгвістика : научный журнал. 2010. № 1. Т. 1. С. 130–133.

23. Гармаш О. Л. Лінгвосинергетичний аспект розвитку словникового фонду англійської мови : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. 324 с.

24. Гармаш О. Л. Роль формотвору у поповненні словникового складу сучасної англійської мови [Текст] // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2006. Вип. 27. С. 125–131.

25. Гармаш О. Л. Системність словотвору англійської мови та інноваційні процеси: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2005. 187 арк.

26. Гармаш О. Л. Словоскладання як «бігенеративний» механізм у системі англійського словотвору // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2005. Вип. 23. С. 130–132.

27. Гармаш О. Л. Функціонування механізму аналогії в словотворчому «суперрівні» англійської мовної мегасистеми // Вісник Сумського державного університету. Суми : СумДУ, 2005. Серія 5(77). С. 99–104.
28. Головка О. М. Лінгвальна актуалізація вимірів антропного буття (на матеріалі інновацій англійської мови): дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Херсон, 2010. 200 с.
29. Головка О. М. Типологічна характеристика англомовних неологізмів // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. 2009. № 6. С. 235–239.
30. Горпинич В. О. Сучасна українська літературна мова. Морфеміка. Словотвір. Морфонологія : навч. посіб. Київ : Вища школа, 1999. 207 с.
31. Гусак І. П. Структура та прагматика фрагментованих лексичних одиниць у сучасній англійській мові (на матеріалі мови мас-медіа) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2005. 22 с.
32. Грещук В. В. Український відприкметниковий словотвір. Івано-Франківськ : Плай, 1995. 208 с.
33. Демешко І. М. Утвердження національної ідентичності в словотвірній морфонології девербативів // Мова : класичне – модерне – постмодерне : зб. наук. праць / відп. ред. В. Ожоган / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія». Київ : Дух і Літера, 2017. Вип. 3. С. 140–148.
34. Дерді Е. Т. Словотвірні та структурно-семантичні характеристики англійських юридичних термінів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2003. 21 с.
35. Дзюбіна О. І. Диференціальні ознаки неологізмів і okazіоналізмів // Мови професійної комунікації: лінгвокультурний, когнітивно-дискурсивний, перекладознавчий та методичний аспекти : матер. міжнар.

наук.-практ. конфер., 17 квітня 2014 р. Київ : Вид. кафедра НТУУ «КПІ», 2014. С. 105–106.

36. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 206 с.

37. Ділай М. П. Комунікативна тактика пояснення в англомовній протестантській проповіді // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. РОЗДІЛ VII. Комунікативна лінгвістика. 2009. № 5. С. 399–403.

38. Єнікєєва С. М. Скорочення слова як механізм формотворення та словотворення в сучасній англійській мові // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир : Ред.-видав. відділ Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. 2006. Вип. 27. С. 93–96.

39. Єнікєєва С. М. Вербоформанти, верботрансформанти та система словотвору (на матеріалі англійської мови) [Текст] // Вісник Сумського державного університету. Серія : Філологічні науки. 2005. № 5 (77). С. 119–127.

40. Єнікєєва С. М. Динамічна синхронія словотвірного гнізда (на матеріалі англійської мови) // Гуманітарний вісник : Всеукр. зб. наук. праць. Серія : Іноземна філологія. Черкаси : ЧДТУ, 2007. Т. II. № 11. С. 329–334.

41. Єнікєєва С. М. Особливості формування та функціонування ініціальних абревіатур у сучасній англійській мові [Текст] // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство) : у 5 ч. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. Випуск 89 (4). С. 26–31.

42. Єнікєєва С. М. Роль телескопії у збагаченні арсеналу словотворчих засобів сучасної англійської мови [Текст] // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2007. № 4. С. 264–270.

43. Єнікєєва С. М. Синергетизм функціональної трансорієнтації лінгвальних знаків (на матеріалі сучасної англійської мови) // Вісник СумДУ. 2006. № 11. Том 2. С. 43–51.
44. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2006. 303 с.
45. Єнікєєва С. М. Словотвір як транс рівень мовної системи // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції ХНУ «Людина. Мова. Комунікація». Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2004. С. 88–90.
46. Єнікєєва С. М. Телескопія як основа утворення нових дериваційних засобів англійської мови [Текст] // Вісник Запорізького державного університету. Серія : Філологічні науки. Запоріжжя. 1998. № 1. С. 46–48.
47. Єнікєєва С. М. Утворення складних слів синтаксичного типу в англійській мові та особливості їх перекладу // Вісник Сумського державного університету. Серія Філологічні науки. 2002. № 4 (37). С. 72–75.
48. Єнікєєва С. М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 1999. 176 с.
49. Зацний Ю. А. Неологізми англійської мови 80-90х років ХХ століття. Запоріжжя : РА «Тандем-У», 1997. 396 с.
50. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-90-ті роки ХХ століття [Текст]: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Київ, 1999. 409 с.
51. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 1998. 431 с.
52. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 228 с.

53. Зацний Ю. А. Тенденції та процеси розвитку лексико-семантичної макросистеми сучасної англійської мови // Актуальні питання іноземної філології. 2016. № 4. С. 68–74.
54. Зацний Ю. А. Шляхи і способи збагачення сучасної розмовної лексики англійської мови // Нова філологія. 2009. Вип. 34. С. 189–195.
55. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя: Запорізький держ. ун-т, 2001. 243 с.
56. Зацний Ю. А., Янков А. В. Нова розмовна лексика і фразеологія: Англо-український словник. Вінниця: Нова Книга, 2010. 224 с.
57. Знаменська І. В. Кореневі дієслова та їхні похідні в англійській медичній термінології: структурно-семантичний аналіз: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2006. 20 с.
58. Карпіловська Є. А. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій // Українська мова. 2007. № 4. С. 3–15.
59. Кізіль М. А. Структурно-семантичні та соціофункціональні параметри мета терміносистеми англійської мови сфери комп'ютерних технологій: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Запоріжжя, 2016. 23 с.
60. Клименко Н. Ф. Роль словотворення у сучасній українській номінації // Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. Київ: Видавничий Дім Д. Бураго, 2008. С. 134–227.
61. Клименко Н. Ф. Система префіксального словотворення сучасної української мови. Київ: Наукова думка, 1973. 186 с.
62. Клименко Н. Ф. Формант // Українська мова: енциклопедія. Київ: Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 769.

63. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі / відп. ред. Н. Ф. Клименко. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. 335 с.
64. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 1999. 198 с.
65. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування. Одеса : Астропринт, 2001. 344 с.
66. Ковалик І. І. Вчення про словотвір. Вибрані праці / упорядник та автор передмови Василь Грещук. Івано-Франківськ–Львів : Місто НВ, 2007. 404 с.
67. Козьмик Г. О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI століть. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2007. 111 с.
68. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. Текст // Вісник Запорізького державного університету. 2002. № 3. С. 20–24.
69. Колоїз Ж. В. Неузуальне словотворення : монографія. Кривий Ріг : НПП Астерікс, 2015. 156 с.
70. Константінова О. В. Структурно-семантичні особливості термінів оподаткування в американському і британському варіантах сучасної англійської мови: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Рівне, 2004. 303 с.
71. Короленко І. С. Основні лінгвістичні характеристики дискурсу паблік рілейшнз у мережі Інтернет // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. праць / відп. ред. Н. М. Корбозерова. Київ : ВЦ КНЛУ, 2004. Вип. 11. С. 51–66.
72. Костенко Н. Д. Структурно-семантичні та функціональні параметри англійськомовних інновацій семантичного поля «навчання»: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2016. 249 с.

73. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : Підручник. Видання 2-ге, виправлене і доповнене. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 464 с.
74. Крисанова Т. А. Висловлювання з негативною оцінкою адресата в сучасній англійській мові (комунікативно-прагматичний аспект) : автореф. дис. на соискание учен. степени кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки». Київ, 1999. 20 с.
75. Круглій О. Р. Лінгвокогнітивні параметри комбінувальних форм у сучасній англійській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Чернівці, 2009. 20 с.
76. Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : монографія. Суми : Університетська книга, 2010. 304 с.
77. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі англійської мови) // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2005. № 23. С. 16-21.
78. Левицький А. Е. та ін. Вступ до мовознавства : навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Житомир : Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2005. 70 с.
79. Левицький А. Е. Функціональний підхід до аналізу системи номінативних одиниць сучасної англійської мови // Вісник Харківського державного університету. Іноземна філологія на межі тисячоліть. 2000. № 471. С. 137–143.
80. Левицький А. Е., Шелудько А. В. Функціональний аспект неактивних типів словотворення: українсько-англійські та англо-українські паралелі // Філологічні трактати. 2009. Том 1. № 3–4. С. 92–98.
81. Левицький В. В. Лексикологія німецької мови : посібник. Вінниця : Нова Книга, 2014. 329 с.
82. Лоцинова І. С. Неолексика у творах письменників Дніпропетровщини : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Дніпро, 2016. 21 с.

83. Лук'янова Г. Л., Воробйова С. С. Роль словоскладання у системі словотвору сучасної англійської мови // Гуманітарний вісник [Текст] : зб. наук. пр. : у 2 т. Серія : Іноземна філологія / Черкаський держ. технол. ун-т. Черкаси : Видавництво ЧДТУ, 2007. Чис. 11 Т. 2 Проблеми сучасної лінгвістики. С. 419–424.
84. Макарова О. С. Статистичне вимірювання ступеня продуктивності лексико-семантичних інновацій у сучасному медіа-дискурсі (на матеріалі італійської та української мов) [Текст] : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.21. Київ, 2016. 242 с.
85. Манакін В. М. Деякі питання контрастивної лексикології слов'янських мов // Мовознавство. 2003. № 4. С. 26–37.
86. Махачашвілі Р. К. Динаміка англомовної інноваційної логосфери комп'ютерного буття [Текст]: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2013. 493 с.
87. Махачашвілі Р. К. Лінгвофілософські параметри інновацій англійської мови в техносфері сучасного буття : [монографія]. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2008. 204 с.
88. Махачашвілі Р. К. Феноменологічна неоанглїстика: теоретико-методологічні засади : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2014. 344 с.
89. Мельничук Н. О. Ад'єктивні емосемізми в англійськомовній картині світу: семантичний і словотвірний аспекти [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Чернівці, 2015. 20 с.
90. Мосієнко О. В. Номінативна організація американського газетного дискурсу: лінгвокогнітивний і комунікативний аспекти: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Донецьк, 2011. 231 с.
91. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови : підруч. [для ін-тів і фак. іноз. мов]. Харків : Основа, 1993. 256 с.

92. Ніколаєнко А. Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика. Вінниця : Нова книга, 2007. 528 с.
93. Омельченко Л. Ф. Телескопічні слова сучасної англійської мови та їх структурно-семантична характеристика // Збірник Львівського університету. Іноземна філологія. Львів, 2003. Вип. 15. С. 49–52.
94. Омельченко Л. Ф., Жихарєва О. О. Прагматичні характеристики англійських телескопізмів [Текст] // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка : наук. журн. / Житомир. держ. ун-т ім. І. Франка, М-во освіти і науки України. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. Вип. 51. С. 12–16.
95. Остапчук І. Тропи та тропеїзація масмедійного дискурсу: дис. ... кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 230 с.
96. Перебийніс В. І., Сорокін В. М. Традиційна та комп'ютерна лексикографія : навч. посібник. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2009. 218 с.
97. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення : [монографія]. Ужгород : Закарпаття, 1999. 240 с.
98. Попова Т. О. Психосемантика універсальних етичних концептів в етномовній картині світу: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.15. Київ, 2004. 208 с.
99. Потапенко С. І. Орієнтаційний простір сучасного англomовного медіадискурсу: дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04. Київ, 2007. 454 с.
100. Потапенко С. І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : монографія. Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
101. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові. Запоріжжя : ЗДУ, 2001. 362 с.
102. Пушкар В. І. Структура, семантика і словотворчі функції основ префіксальних дієслів (на матеріалі англійської економічної лексики) :

автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2002. 18 с.

103. Ребрій О. В. Основи перекладацького скоропису : [навч. пос.]. Вінниця : Нова книга, 2006. 152 с.

104. Романюк С. К. Типологічні особливості рекламного дискурсу // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія : Філологічні науки. 2010. № 54. С. 228–231.

105. Сакал Т. М. Історико-ономасіологічне та когнітивне дослідження префіксальних неологізмів у англійській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2004. 20 с.

106. Салига П. Г. Трансформація мережевих електронних журналів як явища масової комунікації: дис. ... кандидата наук із соц. комунікацій : 27.00.05. Київ, 2014. 218 с.

107. Селіванова О. О. Проблема мотивації в когнітивному висвітленні // Записки з Романо-германської філології. 2010. Вип. 25. С. 204–217.

108. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

109. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

110. Семчинський С. В. Загальне мовознавство : підручник. [2-е вид., перероб. і доп.]. Київ : АТ «ОКО», 1996. 416 с.

111. Соболев Л. Анатомія розуму [Текст] / Blue Ridge Summit, PA : Edwards brothers Inc. : Xlibris corporation, 2011. 273 с.

112. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англomовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2009. 37 с.

113. Стишов О. А. Особливості словотворення okazіоналізмів-комполітів у мові українських ЗМІ кінця ХХ – початку ХХІ століть //

Динамічні процеси в граматиці і лексичному складі сучасних слов'янських мов : зб. наук. пр. 2011. С. 195–198.

114. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2003. 388 с.

115. Таран А. А. Конкурування номінацій у сучасній українській літературній мові: тенденції стабілізації нової лексики [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2010. 20 с.

116. Тимошенко О. В. Явище телескопії як спосіб словотворення технічної лексики // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. 2013. Вип. 27. С. 163–168.

117. Хотюн Л. Сучасні таблоїдні ЗМІ України, Великої Британії та США // Вісник ЛНУ ім. І. Франка. Серія : Журналістика. 2011. С. 217–221.

118. Худолій А. О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття : монографія. Острог : Вид-во НаУОА, 2006. 384 с.

119. Чумак Л. М. «Нові» слова як особливість розвитку сучасної англійської мови // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2006. № 27. С. 229–231.

120. Чумак Л. М. Акронім як форма скорочення складної лексичної одиниці // Всеукраїнський науковий форум «Сучасна англістика: Стереотипність і творчість» : тези доповідей / за ред. В. О. Самохіної (Дмитренко). Харків : Торсінг Плюс, 2006. С. 201–203.

121. Чумак Л. М. Взаємозв'язок мови та мислення // Сучасні лінгвістичні студії ХХІ століття : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Житомир, 2015. С. 88–92.

122. Чумак Л. М. Дериваційний потенціал механізмів афіксації у сучасній англійській мові // «Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблем перекладу»: матеріали Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (1935–2003). 17 травня 2013. Житомир, 2013. С. 69–72.

123. Чумак Л. М. Ініціальні скорочення як механізм неморфологічного утворення мовних одиниць у сучасній англійській мові // «Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблем перекладу»: тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (1935–2003). 15–16 травня 2014 р. Житомир, 2014. С. 114–117.

124. Чумак Л. М. Класи інновацій у словотворі сучасної англійської мови // Вісник Житомирського педагогічного університету. Житомир : Вид-во ЖДПУ, 2003. № 11. С. 211–213.

125. Чумак Л. М. Комбінована гетерегенетична модель «аббревіація» + «афіксація» продукування англомовних одиниць на сучасному етапі // «Сучасні лінгвістичні студії ХХІ століття»: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Житомир, 2016. С. 91–95.

126. Чумак Л. М. Комбіновані моделі креації афіксальних елементів // Сучасні лінгвістичні розвідки: надбання та перспективи: збірник тез наукових доповідей. Кам'янець-Подільський : ВПП «Апостроф», 2014. С. 72–73.

127. Чумак Л. М. Комунікативно-прагматичні функції сучасних англомовних неологізмів // «Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблеми перекладу»: тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (1935–2003). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2017. С. 88–91.

128. Чумак Л. М. Лексикалізація множини іменника сучасного англійського словотвору // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2010. № 54. С. 213–217.

129. Чумак Л. М. Лінгвокогнітивні процеси творення англомовних інновацій як спосіб структурування дійсності // Наукові записки. Серія «Філологічні науки» / Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя) / відп. ред. Г. В. Самойленко. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2016. Кн. 1. С. 201–205.

130. Чумак Л. М. Моногенетична комбінована модель ТЕЛЕСКОПІЯ + АФІКСАЦІЯ творення англомовних одиниць на сучасному етапі // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»: зб. наук. праць / укладачі: І. В. Ковальчук, С. В. Новоселецька. Острог : Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2014. Вип. 48. С. 126–128.

131. Чумак Л. М. Морфологічні механізми словоскладання у сучасній англійській мові // «Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблеми перекладу»: тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (1935–2003). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 92–95.

132. Чумак Л. М. Особливості системно-структурної організації словотвору сучасної англійської мови // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету. Серія Філологічні науки (мовознавство). 2013. Вип. 115. С. 527–532.

133. Чумак Л. М. Редеривація як комплементарний варіант прямого словотвірного процесу в англійській мові // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2009. № 48. С. 185–189.

134. Чумак Л. М. Редуплікація як спосіб словотвору в сучасній англійській мові // Наукові записки. Серія «Філологічна». Острог : Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2011. Вип. 20. С. 216–221.

135. Чумак Л. М. Різновиди лексико-семантичного еліпса в сучасній англійській мові // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Харків : Константа, 2000. № 500. С. 247–251.

136. Чумак Л. М. Роль афіксальних елементів у дериваційній системі сучасної англійської мови // Нова філологія : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. № 58. С. 203–206.
137. Чумак Л. М. Роль дериваційних процесів у формуванні англомовної картини світу // Нова філологія : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. № 51. С. 194–198.
138. Чумак Л. М. Система та системність як основні характеристики вербоцентричного досвіду людини // «Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблеми перекладу»: тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (1935–2003). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2016. С. 103–106.
139. Чумак Л. М. Системний підхід у вивченні словникового складу мови // Мандрівець / Спільний проект Національного університету «Києво-Могилянська академія» і видавництва «Мандрівець». 2005. № 5. С. 67–70.
140. Чумак Л. М. Складна словотворча одиниця ониматоп у сучасній англійській мові // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2007. № 33. С. 179–181.
141. Чумак Л. М. Складні та складнопохідні одиниці в словотворі сучасної англійської мови // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир : Вид-во ЖДПУ, 2004. № 17. С. 265–266.
142. Чумак Л. М. Складноскорочені слова як особливий клас слів у сучасній англійській мові // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2008. № 40. С. 212–215.
143. Чумак Л. М. Сміслові представлення лексичних неологічних одиниць у сучасних англомовних медіа-текстах // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2017. № 29. Том 2. С. 91–94.

144. Чумак Л. М. Структурно-семантичні характеристики телескопних слів // Вісник Житомирського педагогічного університету. Житомир : Вид-во ЖДПУ, 2000. № 5. С. 78–81.
145. Чумак Л. М. Утворення англомовних одиниць за допомогою комбінування механізмів скорочення та суфіксації // «Мовні і концептуальні картини світу». Київ : Вид-во Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. Вип. № 37. С. 431–437.
146. Швачко С. О. Модельовані та немодельовані паттерни словотвору в англомовному дискурсі // Філологічні трактати. Суми : Сумський державний університет, 2012. Том 4. № 3. С. 84–88.
147. Шевлякова Ю. О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англомовних он-лайн журналів для підлітків) // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 239–242.
148. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.
149. Ярощук І. П. Комунікативно-прагматичні особливості утворення okazionalnih антрополексем в сучасній англійській мові // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Харків : Константа, 2007. Вип. 53. С. 62–65.
150. Adams V. An Introduction to Modern English Word Formation. London : Longman, 1973. 244 p.
151. Algeo J. Fifty Years among the New Words: A Dictionary of Neologisms, 1941–1991. New York : Cambridge University Press, 1991. 276 p.
152. Algeo J. The Origins and Development of the English Language. Boston : Wadsworth, Cengage Learning, 2010. 347 p.
153. Andersen H. Towards a Typology of Change: Bifurcating Changes and Binary Relations // Theory and Description in Phonology: Proceedings of the First International Conference on Historical Linguistics. Amsterdam : North Holland. 1974. P. 17–60.

154. Aronoff M. The relevance of productivity in a synchronic theory of word-formation // *Historical morphology* / ed. J Fisiak. The Hague : Mouton, 1980. P. 71–83.
155. Bauer L. *English Word-Formation*. Cambridge : Cambridge University Press, 1983. 225 p.
156. Bell A. *The Language of News Media*. Oxford : Blackwell, 1991. 277 p.
157. Berg T. Right-branching in English Derivational Morphology // *English Language and Linguistics*. 2003. Vol. 7. No. 2. P. 279–307.
158. Bowman S., Willis C. *We Media: How audiences are shaping the future of news and information* / Commissioned by The Media Center at The American Press Institute Published July 2003 online in PDF and HTML. URL : http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf. (Title from the screen).
159. Cannon G. *Historical Change and English Word Formation*. New York–Bern : Lang, 1987. 350 p.
160. Carrol J. M. *What's in a Name? An Essay in the Psychology of Reference*. New York, 1985. 197 p.
161. Chumak L. M. «Affixation and word-composition in Modern English» // *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. Slovakia. Volume 2. No. 6/2014. P. 81–83.
162. Chumak L. M. Blend Compounds in Modern-English word-formation // *XIX TESOL – Ukraine International Conference: The Global English Teacher: Improving What Works and Fixing What Doesn't* / Kirovohrad Volodymyr Vynnychenko State Pedagogical University, Kamianets-Podilsky Ivan Ohienko National University. April 25–26, 2014. P. 36–37.
163. Chumak L. M. Language norm and variability in the process of Modern English development // *XX TESOL – Ukraine International Conference: New Vistas of Research and Teaching* / Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy Research and Educational Institute of Foreign Languages Department

of English Phonetics and Grammar U.S. Embassy in Ukraine, April 29–30, 2015. P. 97.

164. Chumak L. M. Lexicalization of English Nouns in Plural // XV TESOL – Ukraine National Conference: English Learning in the Context of the Long-life Education / Rivne, Ukraine, April 15–17, 2010. P. 37.

165. Chumak L. M. Modern English Word-Formation in cognitive approach // XVII TESOL – Ukraine International Conference: English in Globalized World. 2012, March 15–16. Kamianets-Podilsky, 2012. P. 37.

166. Chumak L. M. Shortening in English: Clipping and Blend Identification // XVI TESOL – Ukraine International Conference: Current Studies in English: Linguistics and Methodology Perspectives / Zhytomyr, 2011, April 12–13. P. 38.

167. Chumak L. M. The mechanism of analogy in the process of Modern English Word-Formation. 2016 TESOL-Ukraine National Convention Global Canges in Ukraine – Global Changes in English Teaching in Ukraine. Lviv, March 24–25, 2016. P. 33–34.

168. Chumak L. M. The Morphological Productivity of the Affixes in Modern English // XVIII TESOL – Ukraine National Conference: Global English – Global Decisions. April 12–13, 2013. Sevastopol, 2013. P. 64–65.

169. Coulthard M. An Introduction to Discourse Analyses. New ed. Longman, London–New York, 1985. 212 p.

170. Cutting J. Pragmatics and Discourse. London and New York: Routledge, 2002. 187 p.

171. Dalton-Puffer C. Are Shakespeare's Agent Nouns Different from Chaucer's? – On the dynamics of Derivational Sub-System // Studies in Early Modern English / ed. D. Kastovsky. Berlin–New York : Mouton de Gruyter, 1994. P. 49–58.

172. Danks D. Separating Blends: a Formal Investigation of the Blending Process and its Relationship to Associated Word Formation Processes. Liverpool : University of Liverpool, 2003. 427 p.

173. Dressler W. U., Mayerthaler W., Panagl O., Wurzel W. U. Leitmotifs in Natural Morphology. Amsterdam, Philadelphia, 1987. 168 p.
174. Drucker P. F. Managing In The Next Society. New York : Truman Talley Books, 2002. 321 p.
175. Edmondson W. Spoken Discourse: a model for analysis. London–New York : Longman, 1981. 217 p.
176. Faircough N. Media Discourse. London : Arnold, 1995. 283 p.
177. Fairlough N. Critical Discourse Analysis // *Marges linguistics*. 2005. № 9. P. 76–94.
178. Feldman L., Pastizzo M. Morphological Fascilitation: the Role of Semantic Transparency and Family Size // *Morphological Structure in Language Processing. Trends in Linguistics. Studies and Monographs* / [ed. by H. Baayen, R. Schreuder]. Berlin–New York : Mouton de Gruyter, 2003. No. 151. P. 72–83.
179. Fillmore Ch. J., Atkins B. T. Toward a Frame-Based Lexicon: the Semantics of RISK and its Neighbours // *Frames, fields, and contrasts*. Hillsdale–New Jersey : Lawrence Erlbaum Assoc., 1992. P. 75–102.
180. Fleischer W., Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache / [Unter Mitarb. von M. Schröder]. 2 Aufl. Tübingen : Niemeyer, 1995. 382 S.
181. Gary Miller D. English Lexicogenesis. New York : Oxford University Press, 2014. 312 p.
182. Goddard A. The Language of Advertising. London–New York : Routledge, 1998 134 p.
183. Harly H. English Words: A Linguistic Introduction. Oxford : Blackwell Publishing, 2006. 290 p.
184. Holemhaus P. How to do (even more things) with nonce words (other than naming) // *Lexical creativity, Texts and Contexts* / [edited by J. Munat]. J. Benjamin Publishing Company, 2007. V. 58. P. 13–39.
185. Hughes G. Words in Time: A Social History of the English Vocabulary. Oxford–Cambridge (Mass.) : Blackwell, 1989. 270 p.

186. Katamba F. English Words: Structure, History, Usage [Text]. New York : Routledge, 2005. 194 p.
187. Kidd E., Kemp N., Quinn S. «Did you have a choccie bickie this arvo?» A quantitative look at Australian hypocoristics // Language Sciences. 2011. № 33. P. 359–368.
188. Kreidler Charles W. Creating new words by shortening // Journal of English Linguistics. March 1979. Vol. 13. P. 24–36.
189. Lakoff G. Classifiers as a reflection of mind' // In C. G. Craig (ed.) Noun Classes and Categorization: Proceedings of a Symposium on Categorization and Noun Classification, Eugene, Oregon, October 1983. Amsterdam : John Benjamins, 1986. P. 13–52.
190. Leech G. N. Principles of Pragmatics. London–New York : Longman, 1983. 257 p.
191. Mannoury G. Polairpsychologische Begripssynthese. Bussum : Kroonder, 1953. 315 p.
192. Maslow A. H. Motivation and Personality. New York : Harper & Row, 1970. 369 p.
193. Mattiello E. Extra-Grammatical Morphology in English: Abbreviations, Blends, Reduplicatives, and Related Phenomena (Topics in English Linguistics). Berlin–Boston : De Gruyter Mouton, 2013. 341 p.
194. Mauer D. W. New Words – Where Do They Come From and Where Do They Go? // American Speech. 1980. V. 55. No. 3. P. 184–194.
195. McFerdis P. Word spy: the word lover's guide to modern culture [Text]. Broadway Books, 2004. 432 p.
196. Merrill John C. and Harold A. Fisher. The world's great dailies: profiles of fifty newspapers. New York : Hastings House, 1980. P. 242–249.
197. Nauta D. J. The Meaning of Information. The Hague: Mouton, 1972. 234 p.
198. Partridge E. Slang To-day and Yesterday. London : Routledge & Kegan Paul Ltd., 1970. 381 p.

199. Plag I. Braun M., Lappe S., Schramm M. Introduction to English Linguistics. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. 254 p.
200. Plag I. Word-Formation in English, Cambridge Textbooks in Linguistics. Cambridge : CUP, 2003. 254 p.
201. Plag I. Word-formation in English. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 264 p.
202. Plag I., Baayen H. Morphological Productivity Across Speech and Writing. URL : <http://www.uni-siegen.de/~engspra/Papers/Morphology/ell.pdf>.
203. Ponder A. Process and Paradigms in Word-Formation Morphology. Berlin : Walter de Gruyter, 2000. 744 p.
204. Reah D. The Language of Newspapers. London–New York : Routledge, 1998. 126 p.
205. Sablayrolles J.-F. Néologismes: une typologie des typologies // Cahiers du C.I.E.L. (Centre Interlangue d'Études en Lexicologie, UFR EILA, Université Paris 7), 1996–1997. P. 11–48.
206. Sanders R. E. Cognitive Foundations of Calculated Speech: Controlling Understanding in Conversation and Persuasion [Text]. Albany : State University of New York Press, 1987. 273 p.
207. Sbisà M., Turner K. Pragmatics of Speech Actions. Berlin–Boston, MA : De Gruyter-Mouton, 2013. 744 p.
208. Schaffer D. The story of e- // English Today. October 2001. Vol. 17. № 4. P. 22–26.
209. The Grown – Ups' Book of Books. Headline Book Publishing Ltd, 1999. 178 p.
210. Tournier J. Introduction descriptive à la lexicogénétique de l'anglais contemporain. Paris-Genève, Champion-Slatkine, 1985. 517 p.
211. Wentworth H. Blend-words in English. New York : Ithaca, 1964. 112 p.
212. Wu Y., Rosenbloom S. T., Denny J. C. Detecting Abbreviations in Discharge Summaries using Machine Learning Methods. AMIA Annual

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3243185/>

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

213. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття : англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.

214. Комунікативні стратегії. Англійська мова як друга іноземна : підручник / А. Е. Левицький, І. В. Трищенко, Ю. А. Лобода та ін. ; за ред. А. Е. Левицького. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 543 с.

215. Михалова О. І., Тарасюк К. І. Англійська мова. Англійські лексичні та графічні скорочення, напівскорочення, ініціали імен людей, аббревіатури, що виникли під час листування електронною поштою та акроніми. Київ : ТОФ Видавничий Дім Спорт, 2008. – 26 с.

216. Словник української мови : в 11 томах / [ред. колег. І. К. Білодід (голова) та ін.]. Київ : Наукова думка, 1977. Том 8. 872 с.

217. Сучасна українська літературна мова [Текст] : підруч. для студ. філол. спец. / за ред. М. Я. Плющ. 3-тє вид., стер. Київ : Вища шк., 2001. 430 с.

218. Сучасний словник іншомовних слів / [укл. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. Київ : Довіра, 2006. 494 с.

219. Українська мова : енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін. [2-ге вид., випр. і доп.]. Київ : Вид-во «Укр. енцикл.» імені М. П. Бажана, 2004. 824 с.

220. Шевченко Л. І., Ніка О. І., Хом'як О. І., Дем'янюк А. А. Новий словник іншомовних слів: близько 40 ти с. слів і словосполучень / [за ред. Л. І. Шевченко]. Київ : Арії, 2008. 672 с.

221. Acronym Finder. URL : <http://www.acronymFinder.com>.

222. Aitchison J. Words pour into English // Longman Dictionary of Contemporary English. Third Edition with New Words Supplement. Harlow, Essex : Longman, 2001. P. 1691–1697.

223. Aitchison J. D. Lewis New Media Language // Routledge (Taylor and Francis), 2003. List: Vol. 16–1115. URL : <http://listserv.linguistlist.org/cgi-in/wa?A2=ind0504a&L=linguist&P=18349>.
224. Algeo J. Fifty Years among the New Words: A Dictionary of Neologisms, 1941–1991. New York : Cambridge University Press, 1991. 276 p.
225. Algeo J. New New-word Books [Text] // American Speech. 1989. Vol. 64. № 3. P. 256–261.
226. Algeo J., Algeo A. Among the New Words // American Speech. Tuscaloosa, 1994. Vol. 69. № 1. P. 80–90.
227. Algeo J., Algeo A. Among the New Words Text [Text] // American Speech. Tuscaloosa, 1995. Vol. 70. № 4. P. 387–400.
228. All Acronyms Dictionary. URL : <https://www.allacronyms.com/>
229. American Dialect Society «Plutoed» Voted 2006 Word of the Year by American Dialect Society, 2007. URL : http://www.americandialect.org/Word-of-the-Year_2006.pdf
230. American Heritage Book of English Usage. A Practical and Authoritative Guide to Contemporary English / by Houghton Mifflin Company. 1996. URL : <http://www.bartleby.com/64/C008/043.html>.
231. Ayto J. Twentieth Century Words. Oxford : Oxford University Press, 1999. 626 p.
232. Ayto J. A Century of New Words. Oxford : Oxford University Press, 2007. 250 p.
233. Beale P. A Concise Dictionary of Slang and Unconventional English. London : Routledge, 1989. 534 p.
234. Cambridge Advanced Learners Dictionary. URL : <http://www.dictionary.cambridge.org>. Назва з екрану.
235. Cambridge Dictionaries Online. URL : <http://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words>
236. Cambridge Dictionary of American English / ed. Sydney I. Landau. Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 1087 p.

237. Cambridge International Dictionary of English. Paul Procter. Cambridge : University Press, 1995. 177 p.
238. Collins English Dictionary Complete and Unabridged edition : 12th edition. Collins, 2014. 2339 p. URL : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/>
239. Crystal D. An Encyclopedic Dictionary of Language and Languages. London : Penguin, 1994. 428 p.
240. Crystal D. The Cambridge encyclopedia of the English language. [2nd edn.]. Cambridge : Cambridge University Press, 2003. 499 p.
241. Dictionary.com. URL : <https://www.dictionary.com/>
242. English: The free dictionary: 568000 + articles // Wiktionary : a multilingual free encyclopedia. URL : <http://en.wiktionary.org>.
243. Hickman R. C.H.E.A.T. Cambridge Handbook of educational abbreviations & terms. 6th ed. Cambridge : University of Cambridge, 2013. 126 p.
244. Jones R. Internet Slang Dictionary // Lulu.com. 2006. 172 p.
245. Lederer R. Foreword // Dictionary of Americanisms. Hoboken, New Jersey : Wiley and Sons, 2003. P. 5–14.
246. Longman Business English Dictionary. Harlow, Essex : Longman, 2000. 533 p.
247. Longman Dictionary of Contemporary English. URL : <http://www.ldoceonline.com/>.
248. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Oxford : Macmillan Publishers Ltd., 2002. 1692 p. URL : <http://www.macmillandictionaries.com/>
249. Mauer D. W. New Words – Where Do They Come From and Where Do They Go? // American Speech. 1980. V. 55. No. 3. P. 184–194.
250. McArthur T. Longman Lexicon of English. Harlow (Essex): Longman 1981 / Oxford Wordpower Dictionary / edited by S. Wehmeier. Oxford : Oxford University Press, 1996. 746 p.

251. McFedries P. Archives. 2006. URL : <http://www.logophilia.com/WordSpy>
252. Merriam-Webster's. Online Dictionary, copyright. 2005. URL : <http://www.meriam-webster.com/cgi-bin/dictionary>.
253. New Oxford American Dictionary / ed. by Angus Stevenson and Christine A. Lindberg. Third Edition. Oxford : Oxford University Press, 2010. 2096 p.
254. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / [chief editor, S. Wehmeier]. Oxford : Oxford University Press, 2005. 1834 p.
255. Oxford Dictionary of New Words / [compiled by S. Tulloch]. Oxford : Oxford University Press, 1992. 322 p.
256. Sheidlower J. Principles for the Inclusion of New Words in College Dictionaries [Text]. New York : Random House, Inc, 1995. P. 32–44.
257. The Concise Oxford Dictionary of Linguistics / ed. P. H. Matthews. 3rd edition. Oxford : Oxford University Press, 2003. 245 p.
258. The Oxford Dictionary of New Words / ed. by E. Knowles with J. Elliot. – Oxford : Oxford University Press, 1998. 368 p.
259. Urban Dictionary. URL : <https://www.urbandictionary.com/>
260. WayWordRadio. URL : <https://www.waywordradio.org/>
261. Wentworth H., Flexner B. S. Dictionary of American Slang. Second Supplemented Edition. New York : Thomas Y. Crowell Publishers, 1975. 766 p.
262. Wordnik. URL : <http://www.wordnik.com/>
263. WordSpy. URL : [http:// www.wordspy.com/](http://www.wordspy.com/)

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

264. 7News. 2014.
265. ABC News. 2011, 2012.
266. About.com. 2009.
267. AIDS Treatment News. 2007.
268. Alabama.com. 2011.
269. American Journalism Review. 2005.

- 270. AMT Events. 2008.
- 271. Artforum International. 2009.
- 272. Asian News International. 2008, 2009, 2012.
- 273. Australian Associated Press. 2003.
- 274. Automotive Design & Production. 2001.
- 275. BBC News. 2016.
- 276. Birmingham Mail (England). 2009, 2011.
- 277. Birmingham Post. 2005, 2007.
- 278. Breaking News: CBS News. 2011.
- 279. Bubblews. 2014.
- 280. Business (Grosser). 2007.
- 281. Business Wire. 2004, 2008.
- 282. CBSNews. 2011.
- 283. Christian Science Monitor (Boston, MA). 2004.
- 284. CNN Travel. 2012.
- 285. Communication & Strategies. 2013.
- 286. Communication World. 2006.
- 287. Contemporist. 2009.
- 288. Daily Mail. 2012, 2015.
- 289. Daily News. 2005.
- 290. Daily Post (Conwy, Wales). 2013.
- 291. Daily Post (Liverpool, England). 2003.
- 292. Dance Magazine. 2005.
- 293. Detroit. 2007.
- 294. Earth Island Journal. 2005.
- 295. Economist Inquiry. 2006.
- 296. E-International Relations. 2014.
- 297. Environmental issue community. 2011.
- 298. Evening Chronicle (Newcastle, England). 2007.
- 299. Evening Gazette (Middlesbrough, England). 2009.

300. Examiner. 2013.
301. Features, Massive. Volume 2. Issue 2. 2013.
302. Federal Information & News Dispatch (Washington, D.C.). 2004.
303. Feministe. 2012.
304. Financial Times. 2005.
305. FOCUS: Journal for Respiratory Care & Sleep Medicine. 2012.
306. Food Blogga. 2008.
307. Forbes. 2009, 2010.
308. Gazelles On Crack. 2013.
309. Gazette. 2004.
310. Ghanaian Chronicle (Accra, Ghana). 2004.
311. Gizmodo. 2014.
312. Grocer. 2011.
313. Ground Report. 2008.
314. Healthworks for You. 2012.
315. Herald Sun. 2003.
316. Homeland security News Wire. 2012.
317. Huddersfield Daily Examiner (Huddersfield, England). 2005, 2013, 2015.
318. International Business Times – US ed. 2009, 2012.
319. International Telecommunication Union and Organisation for Economic Co-operation and Development. 2011.
320. Internet Bookwatch. 2007.
321. Journal of Vector Borne Disease. 2011.
322. Kansas City Star (Kan., Mo.). 2004.
323. Khaleej Times (Dubai, United Arab Emirates). 2012.
324. Labour History – A Journal of Labour and Social History. 2009.
325. Library Philosophy and Practice. 2010.
326. Live Journal. 2004.
327. Liverpool Echo. 2011, 2013.

- 328. Livescience. 2010, 2013.
- 329. Los Angeles Times. 2003, 2005.
- 330. MD/DO. 2013.
- 331. Mena Report. 2012.
- 332. Milwaukee Journal-Sentinel. 2013.
- 333. Minding Therapy. 2013.
- 334. Modern Age. 2006.
- 335. Moneyweb (S. Africa). 2005.
- 336. MTV News. 2005.
- 337. NARAL Pro-Choice New York / NIRH. 2012.
- 338. NATE Classroom. 2012.
- 339. National Catholic Reporter. 2005.
- 340. National Post. 2012.
- 341. NBC News. 2014.
- 342. New Statesman. 2013.
- 343. New York Observer. 2002.
- 344. New Zealand Herald. 2005.
- 345. news.google.com
- 346. Newsweek. 2007.
- 347. Nieman Journalism Lab. 2014.
- 348. NPR Topics. 2011.
- 349. OpEdNews Op Eds. 2007.
- 350. Optional.is. 2009.
- 351. Portland Tribune. 2014.
- 352. PR Newswire. 2003, 2005, 2008, 2009, 2012, 2013, 2014.
- 353. Presidential Studies Quarterly. 2008.
- 354. Press Release. 2013.
- 355. pseudodictionary.com/privacy
- 356. Psychology and mental health. 2011.
- 357. Reason magazine. 2015.

358. Reference & Research Book News. 2008, 2010.
359. Reference and Education Community. 2007.
360. Reference, Tech. 2001.
361. Reverend Mike's House of Homilectic Hash. 2004.
362. Reviewer's Bookwatch, June 1. 2015pistonheads.com. 2003.
363. SAGE Insight. 2011.
364. Sam Ali Seattle Times. 2003.
365. San Francisco Chronicle. 2003.
366. Scientific American. 2016.
367. Seal Press. 2014.
368. Security Management. 2001, 2005.
369. SF Gate (San Francisco). 2004.
370. Simon & Schuster: Brand Sense. 2008.
371. Spectre AWOL. 2004.
372. Sputniknews. 2015.
373. St. Paul, Minn. 2004.
374. STFU Parents. 2014.
375. Strategic Finance. 2013.
376. Sunday Mercury (Birmingham, England). 2010.
377. Sunday Mirror (London, England). 2003, 2009, 2012.
378. SWIMBO (Canberra, Australia). 2004.
379. Swiss News. 2000.
380. Tanner Mirrlees (International Journal of Media and Cultural Politics).
2009.
381. Tea & Coffee Trade Journal. 2012.
382. The Big Apple, New York City. 2012.
383. The Boston Globe. 2000.
384. The Broun Daily Herald. 2009.
385. The Christian Science Monitor. 2013.
386. The Courier Mail. 2010.

387. The Dallas Morning News. 2005.
388. The Dartmouth (Hanover, Conn.). 2004.
389. The Economist. 2003.
390. The Globe and Mail (Canada). 2002, 2003, 2005, 2007, 2010, 2014.
391. The Guardian. 2000, 2001, 2005, 2006, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015.
392. The Huffington Post. 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.
393. The Independent. 2008, 2015.
394. The Journal. 2010.
395. The Loquitor. 2005.
396. The Mirror (London, England). 2000, 2001, 2002, 2008.
397. The New American. 2009.
398. The New Inquiry. 2013.
399. The New York Times. 2003, 2004, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2015.
400. The Observer. 2011.
401. The Online Citizen. 2014.
402. The Oxford Dictionary of New Words. 1992.
403. The Register Guard (Eugene, OR). 2002.
404. The Register. 2009.
405. The Salt Lake Tribune. 2011.
406. The San Diego Union-Tribune. 2002.
407. The Sunday Times. 2005.
408. The Telegraph (London). 2006, 2007, 2009, 2016.
409. The Toronto Star. 2001.
410. The Wall Street Journal. 2008, 2010, 2011, 2012.
411. The Washington Post. 2010, 2011.
412. The Wichita Eagle. 2014.
413. Time. 2004, 2010, 2012.
414. TomDispatch. 2012.

415. Top Gear. 2011.
416. Travel recreation and leisure community. 2011.
417. TV Guide. 2011.
418. Twitter. 2014.
419. U.S. News & World Report. 2004.
420. USA Today. 2006, 2009, 2014.
421. Valley News. 2009.
422. Venture Beat News. 2013.
423. Western Mail (Cardiff, Wales). 2008, 2010.
424. Wired. 2013.
425. Wordpress.com/2011.
426. World Literature today. 2013.
427. worldtracker.org/library/English Literature/E/Edghill,

Rosemary/God's Teeth

428. WorldTruth.TV. 2013.
429. www.acronymfinder.com
430. www.amazon.com › CDs & Vinyl › Pop
431. www.flapolitics.com
432. www.urbandictionary.com
433. Yemen Times. 2011.
434. zdnet.com2006

ДОДАТОК 1:

Таблиця Д1.

Кількість лексичних інновацій англомовного медійного дискурсу початку XXI століття в позначенні референтів									
	люди	предмети	продукти	процеси	соціальні явища	установи	ознаки	діяльність	стани
Моделі творення лексичних інновацій	398	57	158	169	290	44	126	233	27
Некомбіновані моделі	255	42	114	118	183	41	95	175	24
Комбіновані моделі	143	15	44	51	107	3	31	58	3
Некомбіновані моделі	255	42	114	118	183	41	95	175	24
Продуктивні морфологічні моделі	202	22	56	86	83	16	57	145	18
Моделі скорочення	53	20	58	32	100	25	38	30	6
Комбіновані моделі	143	15	44	51	107	3	31	58	3
Гомогенні моделі	92	0	22	43	56	0	5	41	0
Гетерогенні моделі	51	15	22	8	51	3	26	17	3
Продуктивні морфологічні моделі	202	22	56	86	83	16	57	145	18
Словоскладання	83	12	21	22	20	4	43	4	8
Афіксація	88	2	17	34	58	5	1	88	4
Телескопія	31	8	18	30	5	7	13	53	6
Моделі скорочення	53	20	58	32	100	25	38	30	6
Абревіація, ініціальне скорочення, акронімізація	25	8	52	23	73	22	25	7	6
Усічення, креолізація, еліптизація	28	12	6	9	27	3	13	23	0
Гомогенні моделі	92	0	22	43	56	0	5	41	0

Модель "Словоскладання+Афіксація"	68	0	1	24	20	0	1	34	0
Модель "Телескопія+Афіксація"	7	0	4	8	1	0	2	5	0
Модель "Афіксація+Афіксація"	12	0	3	6	3	0	1	1	0
Модель "Телескопія+Словоскладання"	5	0	14	5	32	0	1	1	0
Гетерогенні моделі	51	15	22	8	51	3	26	17	3
Модель "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання"	13	3	13	6	37	2	1	16	3
Модель "Скорочення+Афіксація"	38	12	9	2	14	1	25	1	0

Таблиця Д2.

Продуктивність у % лексичних інновацій англомовного медійного дискурсу початку XXI століття в позначенні референтів									
	люди	предмети	продукти	процеси	соціальні явища	установи	ознаки	діяльність	стани
Моделі творення лексичних інновацій	26,5	3,8	10,4	11,3	19,3	2,9	8,4	15,6	1,8
Некомбіновані моделі	17	2,8	7,6	7,9	12,2	2,7	6,3	11,7	1,6
Комбіновані моделі	9,5	1	2,8	3,4	7,1	0,2	2,1	3,9	0,2
Некомбіновані моделі	24,4	4	10,8	11,4	17,5	3,9	9	16,7	2,3
Продуктивні морфологічні моделі	19,3	2,1	5,3	8,2	7,9	1,5	5,4	13,8	1,7
Моделі скорочення	5,1	1,9	5,5	3,2	9,6	2,4	3,6	2,9	0,6
Комбіновані моделі	31,4	3,3	9,6	11,3	23,5	0,7	6,8	12,7	0,7
Гомогенні моделі	20,2	0	4,8	9,5	12,3	0	1,1	9	0
Гетерогенні моделі	11,2	3,3	4,8	1,8	11,2	0,7	5,7	3,7	0,7
Продуктивні морфологічні моделі	29,4	3,3	8,2	12,6	12,1	2,3	8,3	21,1	2,7
Словоскладання	12,1	1,8	3,1	3,2	2,9	0,6	6,3	0,6	1,2
Афіксація	12,8	0,3	2,5	5	8,5	0,7	0,1	12,8	0,6
Телескопія	4,5	1,2	2,6	4,4	0,7	1	1,9	7,7	0,9
Моделі скорочення	14,6	5,4	16,1	8,9	27,7	6,8	10,5	8,3	1,7
Абревіація, ініціальне скорочення, акронімізація	6,9	2,1	14,4	6,4	20,2	6	6,9	1,9	1,7
Усічення, креолізація, еліптизація	7,7	3,3	1,7	2,5	7,5	0,8	3,6	6,4	0
Гомогенні моделі	35,5	0	8,4	16,6	21,7	0	2	15,8	0

Модель "Словоскладання+Афіксація"	26,3	0	0,4	9,3	7,7	0	0,4	13,1	0
Модель "Телескопія+Афіксація"	2,7	0	1,5	3,1	0,4	0	0,8	1,9	0
Модель "Афіксація+Афіксація"	4,6	0	1,1	2,3	1,2	0	0,4	0,4	0
Модель "Телескопія+Словоскладання"	1,9	0	5,4	1,9	12,4	0	0,4	0,4	0
Гетерогенні моделі	26	7,6	11,2	4,2	26	1,5	13,3	8,7	1,5
Модель "Афіксальний елемент ініціального типу + Словоскладання"	6,6	1,5	6,6	3,2	18,9	1	0,5	8,2	1,5
Модель "Скорочення + Афіксація"	19,4	6,1	4,6	1	7,1	0,5	12,8	0,5	0

