

Галина Лисак

(Хмельницький національний університет)

## РОЛЬ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

Лексичні інновації в сучасному англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття використовуються для повідомлення інформації про появу нових феноменів у житті людини. У сучасних лінгвістичних дослідженнях утворення нових лексичних одиниць розглядають як результат динамічних процесів, які відображають адаптацію мови до трансформацій, що відбуваються в політичній, економічній і соціальній сферах діяльності людини [1].

Питання утворення та функціонування лексичних інновацій в мові стало предметом дослідження як українських, так і зарубіжних вчених (І. Бодуен де Куртене, В. Гладка, Н. Моїсеєва, О. Потебня, О. Турчак, Л. Щерба).

Концепція вивчення лексичних інновацій у медійному дискурсі ґрунтується на всіх трьох підходах (структурному (увага акцентується на структурних складових нових слів), функціональному та тематичному (дає змогу простежити, як нові слова у медіатекстах групуються за відповідною тематикою)) [2], що дає підстави дослідити особливості функціонування нових слів у сфері масової комунікації.

Аналіз процесу утворення лексичних інновацій у сучасному англomовному медійному дискурсі дає підстави стверджувати, що потребами носії мови знаходяться в пошуках засобів експресивізації. Неординарне мислення автора медіа тексту для привернення уваги читача та відмова від звичних шаблонів втілюється в оригінальних формах мовної системи. Так афіксальний словотвірний елемент *-athon*, основним значенням якого є діяльність чи процес, що займає багато часу та спричиняє втому, використовується в медійному дискурсі для надання підсилювально-експресивного значення висловленню: *bikeathon, celebrathon, danceathon, drinkathon, jogathon, shopathon, workathon*. Наприклад, *shopathon* (a long session of shopping [3]) – процес здійснення покупок

протягом тривалого часу, *danceathon* (a charity event in which participants engage in a prolonged session of dancing [3]) – використовується на позначення благодійної акції, у якій учасники беруть участь у тривалому танцювальному сеансі. Такі лексичні новотвори передають особливість ситуації, створюючи її контекстуальну конкретність.

В англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття досить активно у процесі утворення лексичних інновацій використовується іменник “*exit*” зі значенням “вихід”. Як складовий елемент словотворення цей іменник спочатку використовували у повідомленнях стосовно виходу Греції з Євросони – *Grexit* (Greek + exit). Однак з часом, у зв’язку з проведенням референдуму щодо виходу Британії зі складу Євросони, з’явилися в медійному дискурсі за аналогією до *Grexit* лексичні інновації *Brexit* (Britain + exit) та її похідні, зокрема: *Brexit* – людина, яка підтримує процедуру виходу Великобританії з Європейського Союзу, *Brexit* – людина, яка захищає вихід Британії зі складу Євросони. До лінійки таких інновацій увійшли, окрім *Brexit*, ще декілька одиниць, зокрема: *Frexit* – можливий вихід Франції з ЄС та *Italexit* – можливий вихід Італії з ЄС.

Використання автором-журналістом подібних 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).

Варто відзначити, що існує велика кількість лексичних інновацій в сучасних веб-медіа, що вже увійшли в загальний обіг і є зрозумілими кожному. Популяризація соціальних мереж спричинила появу таких новотворів як *Facebook*, *Twitter* та похідних від них слів. Наприклад, *twitterer* – людина, яка відправляє твіти в мікроблоговій соціальній мережі Twitter; *twitterese* – мова чи стиль мовлення, що використовується в написанні повідомлень; *twitterhood* –

інтернет-спільнота, де можна знайти різних експертів, друзів і нових людей для підписки за інтересами; *twitterness* – внесок особи в інтернет-спільноту користувачів соціальної мережі Twitter – твітосферу; *twitterian* – людина з великою кількістю твітів; *twitteria* – надмірне проведення часу у соціальній мережі Twitter [3] тощо.

Таким чином, завдяки використанню лексичних інновацій, що позначають реальність в інформаційних висловленнях, автори англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття зосереджують увагу читачів на таких подіях, фактах, темах, що вирізняються актуальністю й соціальним значенням, поширюючи тим самим систему цінностей сучасного світу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гладка В. Поняття «неологізм» у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер. : Філологічна. 2009. Вип. 11. С. 170–177.
2. Косович О. Лексичні інновації в сучасній теорії неології. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 35. С. 166–167.
3. Urban Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=facebook>.