

**Остафійчук О. Д.**

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

## НЕОЛОГІЗМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*У статті розглянуто сфери утворення й уживання нових слів у сучасній англійській мові та механізми їх адаптації до навколишньої дійсності. Наведено низку чинників, які сприяють поповненню лексичного складу англійської мови залежно від екстралінгвістичних факторів. Визначено роль неологізмів і їх функціонування в різних сферах життя суспільства. Соціальні сфери мають вплив на появу нових слів, адже формують ставлення людини до реалій мовної картини світу. Зазначено взаємозв'язок між сучасними подіями в суспільстві й реакцією людей на важливість подій і словотвір.*

*Розглянуто неологізми як головний фактор, що відображає те, як розвивається сучасне суспільство. Тема є актуальною, яку варто досліджувати, пізнаючи нові аспекти формотворення та взаємовпливу. Суспільство характеризується інтенсивним розвитком, що в результаті впливає на розвиток картини світу англійської мови й інших мов.*

*Неологізм визначають як нове слово, яке може з'явитися в будь-якій сфері життя людини, особливо в тих сферах, де люди висловлюють своє ставлення до інших, самих себе, поганих звичок і того, що їх безпосередньо оточує. Нові слова виникають у мові як реакція на нові тренди, здоровий спосіб життя, психічне здоров'я та бажання пліткувати й обговорювати відомих людей.*

*Особливу роль відіграють екстралінгвістичні фактори. У статті розглядають три основні сфери людської діяльності, де слова з'являються найчастіше, а саме: інноваційні технології, щоденну рутину та соціальні мережі.*

*Нові слова проходять певні етапи, перш ніж увійдуть до складу словників. Такі процеси вимагають соціалізації, тобто люди використовують неологізми щодня, а потім відбувається процес лексикалізації, коли неологізми вживають у мові на постійній основі. Людина та сфери діяльності, які безпосередньо пов'язані з нею та є в тренді, залишаються центром появи нових слів.*

*Неологізми мають тенденцію з'являтися хаотично, є результатом модних трендів і викликів. Слова можуть характеризуватися як трендові якийсь період часу й навіть дуже швидко розповсюджуватися. У наш час молоді люди сприймають реальність як набір викликів і як необхідність мати відчуття належності до групи, яка активно користується новими крутими словами. Це відображає той факт, що соціальна сфера життя є найвпливовішою.*

**Ключові слова:** неологізм, екстралінгвістичний, номінація, лексикалізація, соціалізація.

**Постановка проблеми.** Темпи розвитку людства, постійні зв'язки з іншими націями, сферами, необхідність контактувати з людьми з відмінними умовами існування, іншою мовною реальністю, різні стосунки між мовцями вимагають певних змін у мові, які, у свою чергу, відображають навколишню реальність сучасного світу.

Словниковий склад постійно змінюється, розвивається, експериментує, відгукується на потреби мовців. Лексичний склад першим реагує на зміни: з'являються неологізми, які відображають реалії життя. Основним джерелом збільшення словникового складу є утворення нових слів шляхом використання різних засобів словотвору. Поява нових слів завжди є процесом непе-

редбачуваним і таким, який потребує уваги з боку екстралінгвістичної реальності картини світу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Слова та словосполучення, утворені для позначення нових явищ, предметів, понять, називаються неологізмами (грец. *neos* – новий і *logos* – слово). Неологізми виникають у будь-якій сфері життя людини. Утворення неологізмів є процесом природним і позитивним, адже означає, що мова розвивається, люди помічають і приймають ті зміни, які відбуваються в сучасному суспільстві. Безумовно, поява нових лексичних одиниць неможлива без впливу культурно-історичних, соціальних і політичних умов життя. Дослідження проблематики цікавило таких учених,

як Л. С. Бархударов, Ю. О. Жлуктенко, В. І. Заботкіна, Ю. А. Зацний, К. В. Ковтун, Є. С. Кубрякова, Л. Ф. Омельченко, Т. О. Пахомова Я. І. Рецкер, В. Н. Телія та ін. [2; 6; 7].

У сучасних умовах глобалізації, поширення нових ідей, поглядів, впливу інновацій англійська мова, як й інші мови світу, відчуває певний неологічний прорив. За останнє десятиліття видано два словники Барнхарта. Вони зафіксували близько 10 000 нових слів і значень. Щоб занести слово в словник нових слів Барнхарта, необхідно, щоб слово було зафіксовано в ужитку протягом одного року. В англійській мові в середньому з'являється 800 нових слів на рік, тому дослідники мають на меті не лише фіксувати появу нових слів, а й досліджувати темпи їх появи, причини та сфери людської діяльності.

У сфері неології є багато нерозв'язаних як у теоретичному, так і практичному плані проблем. Актуальними залишаються такі напрями досліджень: коли слово можна фіксувати в словнику, чи потрібно утворювати нові словникові статті до кожного слова та його похідних, чи враховувати оказіоналізми, професіоналізми, сленг. Особливе завдання постає, коли потрібно з'ясувати, яка сфера є тією, що сприяє появі найбільшої кількості неологізмів.

**Постановка завдання.** Головною метою роботи є дослідження утворення неологізмів як засобу відображення змін, що відбуваються під впливом соціальних значимих етапів розвитку суспільства як глобалізація, комп'ютерна та медіаграмотність.

Для досягнення мети застосовуються описовий і структурний методи, адже потрібно описати та систематизувати одиниці мови й показати їх взаємозв'язок з іншими елементами мови та потребами суспільства.

Об'єкт дослідження – неологія, а саме процес появи неологізмів у сучасному суспільстві.

Предмет дослідження – неологізми в контексті сучасних екстралінгвістичних чинників.

**Виклад основного матеріалу.** Нові знання, досвід, тенденції розвитку науки й техніки не можуть існувати без утворення нових слів. Неологізми є свідками утворення нових реалій нематеріальної культури, креативного процесу в момент розвитку окремої культури та народу. Неологізми позначають щось нове, раніше невідоме поняття, предмет, галузь науки, професію, але з уживанням наявних словотворчих засобів. Нині нові слова набувають вірусної популярності через поширене вживання користувачами соцмереж. Важливим

аспектом дослідження походження слова й частотності його вживання є сфера використання. У сучасних умовах з'являються нові одиниці, «які б чітко й лаконічно представляли особливості сучасного буття» [3, с. 35].

Особливістю неологізмів є те, що їх складно зафіксувати, тому що вони можуть з'являтися ситуативно, існувати певний період часу, відображаючи певне задоволення, невдоволення, емоційну реакцію суспільства на зміни [4]. Вони можуть залишитися в статусі оказіоналізмів і згодом забутися через зниження інтересу до певної теми в соціумі. Якщо неологізм набуває популярності, люди використовують його, але залежно від сфери вживання. Слово може залишитися в мові перекладу у вигляді запозичення або якщо можна знайти адекватний відповідник. У перекладацькій практиці, коли важко знайти відповідний еквівалент перекладу, використовується низка прийомів: транслітерація; транскрибування; калькування; описовий переклад або експлікація. Коли неможливо використати жодну із зазначених опцій, часто використовують спосіб прямого включення, може бути виправданий, коли специфічне звучання чи написання потрібно зберегти: iPad, airpods.

Неологізм проходить кілька стадій соціалізації (прийняття в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мові). Якщо тема є актуальною для суспільства, слово швидко проходить етап закріплення, тому що вживається в повсякденному спілкуванні, особливо якщо це стосується обговорення значимих тем для світової спільноти. Такими темами нині є вихід подружжя принца Гарі й Меган Маркл із королівської родини та перебування на карантині, щоб запобігти зараженню COVID-19, відповідно, маємо неологізми, які відображають сучасне сприйняття дійсності носіями мови: *to megan markle* – дієслово, похідне від імені герцогині Сасекської, яке перекладають як меганмарклити й означає цінувати себе та своє психічне здоров'я настільки, щоб дозволити собі покинути кімнату, ситуацію, середовище, у якому не сприймають вашу істинну особистість. На фоні пандемії коронавірусу з'явилося слово *covidiot* – іменник, утворений від сполучення слів *COVID+idiot*, що означає людину, яка не дотримується порад соціального дистанціювання під час пандемії й вимог карантину, але також цим словом позначають людину, яка піддається паніці та скуповує в магазинах туалетний папір, продукти, позбавляючи інших людей можливості купити необхідні товари та сприяє поширенню паніки серед інших. Як бачимо, ці слова не так

легко перекласти, знайти адекватний відповідник. У такому разі виникає потреба вживати описовий переклад.

Людина, її стосунки зі світом та оточуючими завжди були найважливішими, тому сфери, у яких неологізми з'являються, передусім відображають те, як людина ставиться до себе, своїх звичок, зовнішності, характеру, як порівнює себе з іншими. Отже, сферами, у яких неологізми є найрозповсюдженішим явищем, є повсякденне, культурне життя, новітні технології, мобільна комунікація, політичне життя.

Сфера культурного життя містить такі неологізми:

– **to starbuck** – пити каву, особливо з мережі кав'ярень Starbucks; **fashionista** – молода людина, яка захоплюється модою й намагається наслідувати всі сучасні тенденції; **flash mob** – флешмоб, від **flash** (мить) і **mob** (натовп). Зібрання великої кількості людей, зовнішньо спонтанне явище, але є організованим у громадському місці й виконує щось спільно та водночас.

Сфера повсякденного життя збагачена такими неологізмами:

– **staycation** – відпустка вдома, слово, утворене від **stay** + **vacation**, означає відпустку або канікули у своєму місті або країні, тобто ви не мандруєте, тому заощаджуєте кошти; **faceslalm** – фейспалм, означає легкий ляпас рукою по обличчю для вираження багатьох почуттів – недовіри, розчарування, відрази, збентеження; **frenemy** – і не друг, і не ворог або друг, із яким не потрібно ворогів, говорять про людину, яка прикидається другом, але насправді є ворогом; **helicopter parent** – батько-гелікоптер, говорять про батьків, які слідкують за кожним кроком дитини. Вони нагадують гелікоптер, який зависає над якоюсь місцевістю. Мета таких батьків – упевнитися, що з дитиною все добре; **bridezilla** – злиття слів **bride** (наречена) та **Godzilla**. Таким словом називають наречених, які під час підготовки до весілля стають занадто допитливими, прискіпливими й роздратованими; **me time** – час на себе, це слово-сполучення позначає час, який витрачають суто на себе. Потрібно вимкнути телефон, комп'ютер, ноутбук і дозволити собі на певний час відпочити й розслабитися; **textretary** – штурман-секретар, жартівливе слово, утворене від сполучення **text** і **secretary**. Позначає людину, котра набирає повідомлення за іншу людину, яка керує авто в цей час; **bookoholic** – людина, яка не може жити без книжок; **chocoholic** – людина, яка дуже любить шоколад; **coffeholic** – людина, яка життя не уяв-

ляє без кави; **clothesoholic** – людина, яка полюбляє вбиратися; **shopaholic** – шопоголік, людина, яка марить шопінгом; **ageism** – дискримінація за віком; **lookism** – упереджене ставлення до людини через зовнішній вигляд; **masculinism** – пропаганда домінування чоловічої ролі в суспільстві; **sexism** – дискримінація за статевими ознаками; **mouse potato** – людина, яка багато часу проводить за комп'ютером; **hateriot** – патріот-расист; **Mac nazi** – людина, яка не може жити без продукції компанії Apple; **floordrobe** – речі, які зберігаються на підлозі; **buttoned-down** – консервативний, традиційний; **hocho** – гарячий шоколад; **minication** (**mini**+**vacation**) – міні відпустка; **wasband** (**was**+**band**) – колишній чоловік; **to vape** – вдихати й видихати пари електронної сигарети; **to binge-watch** – дивитися серіали один за одним, одну серію за іншою; **destnesia** – амнезія, яка виникає після прибуття в нове місце. Наприклад, ви прийшли на кухню, але не пам'ятає навіть;

– **bedgasm** – це задоволення, яке людина отримує, коли нарешті дісталася ліжка після важкого робочого дня; **chairdrobe** – той випадок, коли стілець стає вішаком і шафою, утрачаючи свою першу функцію; **askhole** – від **ask** (запитувати) і негарного слова **asshole**, яке позначає не дуже гарну людину. Використовують на позначення людини, яка ставить нетактовні питання; **audiophile** – аудіофіл, людина, яка полюбляє високоякісну звукову апаратуру; **earworm** – нав'язлива мелодія, пісня, яка постійно грає в голові; **guesstimate** – от **guess** (предполагати) + **estimate** (давати оцінку). Давати дуже приблизну оцінку, не гарантуючи якості; **meritocracy** – меритократія, система, за якої люди обіймають високі посади завдяки своїм талантам, а не статкам і зв'язкам; **outernet** – традиційні засоби інформації (газети, радіо, телебачення) на противагу Інтернету; **overparenting** – завелике батьківське піклування, яке може обернутися на негатив; **oversharing** – зайва щирість, розголошення великої кількості особистої інформації; **mansplain** – повчати, поблажливо розмовляти або давати пораду жінкам, про яку не просили; **hangry** – бути злим від голоду; **snowflake** – цим словом називають занадто чуйну людину, яка все сприймає дуже близько до серця та яку легко образити.

Сфера політичного життя містить такий фразеологізм:

**Brexit** – вихід Великобританії зі складу ЄС і похідні від цього слова – **brexitee**.

Сферу мобільної комунікації (соцмережі) доповнили такі фразеологізми:

– **gloatgram** – фотографії в мережі Інстаграм, які відображають гарне життя їх автора, мандрівки або їжу; **iFinger** – термін, що позначає палець, який ми навмисно залишаємо чистим, коли їмо, щоб користуватися смартфоном або планшетом; **digital detox** – цифрова детоксикація, коли втомилися від соцмереж і хочете провести час у реальному, а не віртуальному світі; **catfishing** – прикрашення, спілкування в Інтернеті викликає бажання прикрасити щось зі свого життя або опис себе; **phone-yawn** – заразність, явище, коли одна людина дістає телефон, щоб подивитися час, і решта починає робити так само; **text-walk** – листуватися під час того, як ідеш; **word of post** – плітки й новини, які розповсюджуються за допомогою онлайн публікацій, головним чином у соцмережах; **instafamous** (instagram+famous) – відомий в інстаграмі; **cellfish** – людина, яка продовжує користуватися мобільним телефоном, не зважаючи на те що це дратує інших; **textpectation** – момент, коли ви відправили повідомлення й із нетерпінням очікуєте на відповідь, постійно поглядаючи на екран телефону; **textrovert** – людина, яка надає перевагу листуванню в месенджерах, а не живому спілкуванню.

Сфера новітніх технологій містить такі неологізми:

– **googlable** – те, що можна знайти в пошукових системах; **pancake people** – покоління активних інтернет-користувачів, які на перший погляд знають багато, але насправді всі їхні знання поверхові; **crowdfunding** – краудфандинг, збирання коштів великою кількістю людей, коли кожна людина дає невелику суму; **cyberbullying** – кібербулінг, позначає спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку з метою залякування або погрозу; **game changer** – переламний момент, новий елемент, який докорінно змінює ситуацію, як поява нового гравця впливає на хід гри й кінцевий результат; **to amazon** – купувати на сайті Amazon.com; **to google** – шукати інформацію, використовуючи Google; **cryptocurrency** – криптовалюта, валюта, яка існує лише в кіберпросторі; **Bitcoin** – біткоїн, назва валюти кіберпростору; **cyberchondriac** – кіберхондрик, той, хто уявляє себе хворим після того, як прочитав симптоми в Інтернеті; **cyberslacking** – використання Інтернету на робочому місці для особистих цілей; **emoticon** – смайл(ик), від emotion (емоція) + icon (значок). Значок, який використовують у текстових повідомленнях для позначення настрою; **hotspot** – 1. хотспот, суспільна точка доступу wi-fi, напри-

клад, в аеропортах, кафе, готелях. 2. дуже популярне або модне місце (ресторан, клуб, тощо); **infomania** – непереборне бажання постійно перевіряти пошту, повідомлення, оновлювати сторінку в соцмережі; **netbook** – нетбук, ноутбук невеликого розміру, який призначений передусім для роботи в мережі; **netiquette** – від network (мережа) + etiquette (етикет). Етикет у мережі, правила, які існують для спілкування в мережі; **newbie** – новачок, новий член групи, команди, гри. Велике розповсюдження мало серед тих, хто полюбить грати в онлайн ігри.

Утворення нових слів у сфері повсякденного життя, соціальних мереж і новітніх технологій відображає сучасне зацікавлення віртуальним світом, впливом суспільної думки, залежність від модних трендів і психологічного здоров'я людини. Екстралінгвістичні чинники впливають на появу нових слів, необхідних людям для вираження їхніх думок і ставлення до сучасної дійсності й реалій.

**Висновки і пропозиції.** Отже, неологізми збагачують лексичний склад мови й так підтверджують динаміку розвитку мови. Неологізми не засмічують мову, вони лише збагачують і сприяють поглибленому вивченню цих лексичних одиниць і причин їх виникнення. Неологізми нині відповідають комунікативним потребам мовців. Не всі неологізми фіксують у словниках, адже потрібно декілька років, щоб простежити активне й актуальне вживання слів і словосполучень. Поява нових слів свідчить про розширення картини світу мовців, зміну реальності, потреб, зв'язків, бажань і засобів реалізації власних бажань.

Серед зазначених категорій неологізмів велика частина належить таким як повсякденне життя, соцмережі й новітні технології. Це свідчить про те, що життя людей і зміни в ньому завжди є пріоритетними, незважаючи на зміни в різних сферах діяльності. Людина залишається центром змін і впливає на навколишній світ. З'являються нові сфери, галузі, взаємозв'язки, а це означає, що мова надалі буде отримувати нові слова, які потребуватимуть етапів соціалізації. Найпоширенішими галузями виникнення неологізмів є ті, де безпосередньо простежуються інновації, а це – сучасні новітні технології, нові та значимі події, що відбуваються в житті суспільства.

Однак у неології існує багато сфер дослідження, які потребують більш детального аналізу, нових підходів, з'ясування лінгвістичних та екстралінгвістичних причин і впливів.

**Список літератури:**

1. Андрусак І. В. Спосіб життя та дозвілля: фрагмент концептуального аналізу англійських неологізмів кінця ХХ століття. *Вісник Запорізького національного університету Серія «Філологічні науки»* : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2010. 282 с.
2. Головка О. М. Неологізми і процеси розвитку мови. *Нова філологія* : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2009. № 33. С. 203–207.
3. Головка О. М. Роль екстралінгвальних чинників у формуванні англійських темпоральних інновацій. *Нова філологія* : збірник наукових праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. № 50. С. 34–39.
4. Зацний Ю. А. Шляхи і способи збагачення сучасної розмовної лексики англійської мови. *Нова філологія* : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2009. № 34. С. 189–195.
5. Зацний Ю. А., Федоренко О. О. Демографічні неологізми англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки»* : збірник наукових статей / головний редактор В. О. Толок. Запоріжжя : ЗДУ, 2005. 156 с.
6. Ковтун К. В. Образование и функционирование неологизмов в современном английском языке. *Нова філологія* : збірник наукових праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2007. № 27. 333 с.
7. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2005. № 23. С. 16–21.
8. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля ; Київ, 2006. 712 с.

**Ostafiychuk O. D. ENGLISH NEOLOGISMS IN MODERN SOCIETY**

*The article deals with the topic of neologisms as the main factor that reflects the way a modern society develops. This topic is worth investigating as the modern society is characterized by intensive development of the world and as a result it influences the development of the world picture in English and other languages.*

*The word neologism is defined as a new word that is found in different spheres of human life, especially the spheres that deal with people and their attitude towards themselves and what surrounds them, their mental health and the way they see bad habits. New words appear in the language as a reaction toward modern life trends, healthy way of life, mental health and a desire to gossip and discuss issues famous people and celebrities have. Special attention is paid to extralinguistic factors and spheres where neologisms appear most often. Three main spheres of human life are defined as those that deal with humans and they are innovative technologies, everyday life and social networks.*

*New words should go through some stages before they can be included into dictionaries. Such processes require first of all socialization, i.e. people use neologisms on the everyday basis and then lexicalization, i.e. to be always used in the language. Human being and the spheres of human activities that are considered to be trendy remain the center of new words appearing.*

*New words tend to appear in a chaotic way as a result of modern fads and trends. They may be trendy for some period of time and even go viral. It takes a long time to adapt to changing reality which shows not only the best sides of it. Modern reality is changeable and new words may have different meanings depending on the situation.*

*New challenges show the present situation as young people need to feel the sense of belonging to a certain group and the fact that they feel like being able to create and use new words. This again reflects the importance of human social life as one of the most influential. The reality responds to them that they are cool and belong to a group of people who are considered to be the best.*

**Key words:** neologism, extralinguistic, nomination, lexicalization, socialization.