

Панасюк Ю. В.

Криворізький державний педагогічний університет

Бабенко Є. Р.

Криворізький державний педагогічний університет

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена дослідженню комунікативно-прагматичного аспекту неологізмів у сучасному англomовному дискурсі. Метою є виявлення функцій нових слів як засобів організації комунікації, їхнього впливу на зміст, характер та інтерпретацію повідомлень.

У роботі використано описовий, контекстуально-інтерпретаційний та дискурс-аналіз, що дозволили визначити прагматичні особливості функціонування неологізмів у газетному, політичному та інтернет-дискурсі.

У статті відстоюється думка, що неологізм – це одиниця, що виникає як реакція мовного колективу на інтенсифікацію змін у соціокультурному та технократичному середовищі, що характеризується одночасним новаторським структурним оформленням (нові морфеми, поєднання основ, акроніми) та значеннєвою інновацією. Неологізми здатні реалізовувати функції заповнення семантичних лакун, підкреслення ідентичності мовної спільноти, а також емоційного забарвлення мовлення.

Встановлено, що неологізми виконують подвійні функції: номінативну та впливову. Вони не лише позначають нові явища, а й формують певну оцінку та емоційний фон, що впливає на сприйняття адресата. У медійному та політичному дискурсах нові слова стають засобом маніпуляції громадською думкою, тоді як в інтернет-дискурсі – маркером групової належності та інструментом конструювання цифрової ідентичності. Стверджується, що неологізми заповнюють лексичні прогалини, виникаючи внаслідок появи нових явищ, технологій, інституцій. В даному контексті неологізми виконують роль «мовних маркерів», здатних чітко й стисло позначити нові реалії.

Комунікативно-прагматичний потенціал неологізмів полягає у їх здатності відображати та формувати соціальну реальність, забезпечувати швидке порозуміння між учасниками комунікації та інтегрувати індивіда у глобальний культурний простір.

Ключові слова: неологізм, англomовний дискурс, прагматика, комунікація, медіа, політика, інтернет, оцінність.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток сучасних технологій, зокрема, штучного інтелекту, безпосередньо є одним з факторів, що визначає зміни в суспільній, економічній, політичній, культурній та інших сферах. Неологізми є важливим індикатором цих процесів, адже вони оперативно фіксують нові явища та водночас визначають основні тенденції сприйняття. Відтак, постає необхідність у дослідженні неологізмів не лише як мовних інновацій, а передусім як прагматичних засобів впливу на комунікативну ситуацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комунікативно-прагматичний аспект неологізмів завжди викликав професійний інтерес як українських, так і західних науковців. Зокрема, проблемі дослідження неологізмів присвячені праці

Ю. А. Зацного, В.І. Карабана, І.В. Козаченко, І. І. Мурко, О.Д. Остафійчук, М.О. Шутової та ін. Серед англomовних розвідок особливе місце посідають словники родини Барнхард, а також роботи С. Морт, С. Таллок та інших дослідників, які фіксують створення нових лексичних одиниць.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз комунікативно-прагматичного потенціалу сучасних англomовних неологізмів. Завдання дослідження полягають у визначенні їхніх номінативних та оцінних функцій, з'ясуванні ролі в газетному, політичному та інтернет-дискурсі, а також у виявленні їхнього впливу на інтерпретацію повідомлень. Методологічною основою стали принципи когнітивної та комунікативної лінгвістики, що дозволили розглядати неологізм як інструмент дискурсивного впливу.

Виклад основного матеріалу. Комунікативно-прагматичний аспект неологізмів у сучасному англомовному дискурсі розкривається у здатності нових слів не лише позначати нові реалії, предмети чи явища, але й активно впливати на організацію комунікації, її зміст і характер. Виникнення неологізмів є відповіддю на виклики часу: нові суспільні умови, технологічні прориви, політичні зміни, глобалізаційні процеси створюють потребу у мовних одиницях, які могли б точно відобразити нові явища. При цьому важливо наголосити, що неологізми виникають не лише як результат внутрішніх закономірностей розвитку мовної системи, а передусім як відображення потреб людини виявити новий підхід, позначити нову реалію або виразити ставлення до неї. Таким чином, нове слово завжди несе у собі комунікативний намір і певний прагматичний ефект: воно не просто називає, а формує спосіб сприйняття та інтерпретації.

У сучасному англомовному дискурсі неологізми стають інструментами, завдяки яким мовець може впливати на адресата. Це проявляється у здатності нових слів викликати асоціації, створювати певні конотації, передавати оцінку чи емоційне ставлення. Наприклад, у політичних текстах вживання неологізму часто є засобом маніпуляції: нове слово стисло й виразно закріплює оцінку події або політичної фігури, спрямовуючи сприйняття реципієнта у потрібному напрямі. Водночас в інтернет-дискурсі неологізми відображають специфіку цифрової культури: вони окреслюють нові форми комунікативної взаємодії, позначають групову належність чи створюють атмосферу неформальності, що зближує учасників спілкування. У газетному дискурсі нові слова виконують функцію привернення уваги та формування ефекту новизни, адже саме експресивність і несподіваність неологізму роблять повідомлення яскравим та запам'ятовуваним.

Комунікативно-прагматична цінність неологізмів полягає у їх здатності одночасно виконувати дві взаємопов'язані функції: номінативну й впливову. З одного боку, вони забезпечують мовця необхідним інструментарієм для позначення нових явищ, а з іншого – дозволяють йому виразити власне ставлення до цих явищ і спрямувати інтерпретацію адресата у потрібному руслі. Неологізм завжди виникає як жива реакція мови на динаміку суспільного життя, і саме завдяки цьому він виступає не лише дзеркалом, а й активним чинником формування сучасної комунікативної реальності [3, с. 27].

У сучасному дискурсі англійської мови неологізми стають одним із провідних засобів створення виразності й забезпечення ефективної комунікації. Вони утворюють окремий стилістичний пласт, який відчутно вирізняє текст серед інших типів мовлення. Завдяки новим лексичним одиницям газетний матеріал набуває динамічності, яскравості та емоційної насиченості. Неологізми дозволяють журналістові подати новину не сухо, а образно й актуально, відразу позначивши нове явище та водночас показавши власне ставлення до нього. Тому вони виконують дві взаємопов'язані функції: інформативну, оскільки повідомляють про щось нове, і прагматичну, адже виражають оцінку, створюють певний емоційний фон та впливають на читача.

Значна частина нових лексичних одиниць у газетах виконує конотативну функцію, тобто вони не лише передають фактичну інформацію, а й несуть у собі додаткові відтінки значення – іронічні, саркастичні, критичні чи навпаки схвальні. У цьому й полягає їхня особлива сила: читач отримує не просто новий термін чи назву, а відразу розуміє, яке емоційне забарвлення надає йому автор. Таким чином, неологізм стає каналом вираження авторської позиції, що допомагає спрямовувати інтерпретацію тексту у потрібному ключі. Наприклад, слово, створене для позначення певної політичної чи економічної події, може не лише пояснювати її суть, а й одразу містити оцінку, що визначає, як саме варто сприймати цю подію.

Цей ефект особливо виразно проявляється у випадках використання складних слів, які поєднують у собі як номінативну, так і оціночну функції. У такому слові втілюється стислий, але багатозначний смисловий комплекс: воно не лише називає реалію, а й описує її головні риси, часто у метафоричній чи іронічній формі. Саме тому журналісти активно використовують подібні утворення – вони економлять мовні ресурси, дозволяють вмістити максимум смислу у мінімальній мовній формі та водночас викликають емоційний відгук у читача [3, с. 20].

Неологізми у газетному дискурсі виступають не просто новими словами, що додають різноманітності текстові, а повноцінним інструментом впливу на масову свідомість. Вони посилюють інформативність повідомлення, адже дозволяють журналістові у стислій і водночас експресивній формі передати нові явища чи процеси, які ще не мають усталених мовних відповідників. Завдяки цьому текст набуває актуальності, оскільки оперативно реагує на зміни у суспільстві та відо-

бражає їх у мовній формі. Крім того, нове слово одразу привертає увагу читача своєю незвичністю, яскравістю та навіть провокативністю, що робить публікацію більш привабливою та такою, що запам'ятовується.

Разом із тим неологізми виконують функцію інтерпретації, а не лише відображення. Вони не просто повідомляють факт, а й задають рамку його сприйняття. Наприклад, нове слово може містити у собі іронічне чи саркастичне забарвлення, тим самим «підказуючи» читачеві, як варто оцінювати описане явище. У такий спосіб журналіст здійснює прихований вплив: читач отримує не лише інформацію, а й певний емоційно-оцінний сигнал, який формує його ставлення до події. Це особливо важливо у сфері політики та соціального життя, де від вибору слів часто залежить те, яким чином суспільство інтерпретує реальність.

Не менш значущою є здатність неологізмів конструювати соціальну дійсність. Вони створюють нові символи епохи, які закріплюються у колективній пам'яті. Наприклад, неологізми, що виникають у зв'язку з економічними кризами, політичними кампаніями чи технологічними новаціями, стають своєрідними маркерами часу. Читаючи подібні тексти, суспільство не тільки дізнається про події, але й засвоює певну інтерпретацію цих подій, яка згодом впливає на формування громадської думки.

Не менш цікавою сферою дослідження неологізмів є інтернет-дискурс, який має унікальну прагматичну специфіку, що відрізняє його від усіх інших сфер комунікації. Це пояснюється самою природою цифрового простору: він не обмежений географічними чи часовими рамками, а функціонує у віртуальній площині, де інформація поширюється миттєво і де відбувається постійна взаємодія мільйонів користувачів. У такому середовищі формуються особливі жанри мовлення, що стали невід'ємною частиною сучасного спілкування: короткі твіти, миттєві пости у соціальних мережах, довші блоги з аналітичним ухилом, коментарі як форма діалогу, а також меми – новітній жанр, що поєднує у собі вербальні й візуальні засоби, який набув глобальної популярності [2, с. 73].

Досить важливою особливістю є те, що інтернет-дискурс породжує абсолютно нові типи комунікаторів. Якщо традиційні ЗМІ обмежували аудиторію до журналістів, політиків чи експертів, то цифровий простір створив платформу для блогерів, стримерів, інфлюенсерів, онлайн-активістів та звичайних користувачів соціальних мереж, які

тепер мають можливість впливати на громадську думку. Ці нові учасники комунікації стали головними генераторами мовних інновацій, адже саме вони першими створюють і поширюють нові слова, що швидко набувають популярності у віртуальному середовищі.

У цьому контексті неологізми виступають головним механізмом фіксації та позначення нових явищ. Вони відображають усі зміни, пов'язані з розвитком цифрових технологій: від технічних процесів (*livestreaming*, *crowdfunding*) до соціальної взаємодії (*unfriend*, *doomscrolling*) чи навіть особливостей поведінки у мережі (*lurking*, *trolling*). Завдяки новим словам мова оперативно реагує на перетворення віртуального простору, роблячи їх доступними для усвідомлення й комунікації [5].

Нові лексичні одиниці відображають характерні риси цифрової культури, що формується на перетині технологічних інновацій та масової комунікації. Неологізми у цьому дискурсі можуть позначати конкретних користувачів платформ (*Facebooker*, *YouTuber*), описувати нові види онлайн-активностей (*to unfriend*, *doomscrolling*), характеризувати технологічні процеси (*livestreaming*, *crowdfunding*) або навіть передавати специфічні моделі поведінки у віртуальному середовищі (*manspreading*, *hangry*). Важливо, що такі мовні одиниці не лише виконують номінативну функцію, тобто називають нове явище, але й конструюють нові соціальні ролі та ідентичності, формуючи культурний портрет сучасного користувача мережі [6].

Неологізми, що з'являються в інтернет-дискурсі, нерідко мають яскраво виражений експресивний характер, адже вони створюються у просторі неформального спілкування, де допускається іронія, гумор, зниження стилю. Завдяки цьому вони швидко поширюються серед учасників комунікації, стаючи маркерами групової належності та засобами створення відчуття «своєї» спільноти. Користування певним набором неологізмів дає можливість людині виразити свою включеність у глобальний інформаційний обіг та продемонструвати обізнаність із сучасними культурними трендами.

Комунікативна роль неологізмів в інтернет-дискурсі полягає у швидкому й точному відображенні нових реалій цифрової епохи, у закріпленні колективного досвіду користувачів і в одночасному створенні відчуття приналежності до спільного віртуального простору. Через нові слова цифрова культура не лише описується, а й активно

конструюється, адже саме вони формують уявлення про те, хто є учасником онлайн-взаємодії, які моделі поведінки вважаються типовими та які смисли визначають

Особливе місце неологізми посідають у політичному дискурсі, де прагматична функція проявляється надзвичайно яскраво, адже політика як сфера суспільного життя безпосередньо пов'язана з боротьбою за вплив на масову свідомість. Мова у цьому контексті стає інструментом маніпуляції, а неологізми виступають одним із найдієвіших засобів впливу.

Нові слова виникають у політичному середовищі не випадково: вони створюються для того, щоб у короткій, виразній та легко запам'ятовуваній формі закріпити певне уявлення про подію, явище чи політичну постать. Наприклад, такі неологізми, як *Trumpism*, *Obamanomics*, *Eurogeddon* чи *to erdoganize*, не лише називають політичні процеси чи ідеї, а й одразу пропонують готову рамку для їх інтерпретації. У самому слові закладене ставлення – воно може мати схвальну, іронічну чи критичну конотацію, тим самим визначаючи, як саме адресат повинен сприйняти реальію.

Функціонування політичних неологізмів виходить далеко за межі простої номінації. Вони виконують роль концептуальних маркерів, що узагальнюють складні процеси та явища, роблячи їх зрозумілими для широкої аудиторії. Наприклад, замість складних пояснень економічної політики певного президента достатньо одного слова – *Obamanomics*, яке одразу містить і відсилання до імені політика, і до економічної доктрини, і навіть до ставлення до неї. У цьому проявляється прагматична економія мовних засобів: неологізм стисло передає багатомірний зміст, впливаючи при цьому на емоційну сферу адресата.

Політичні неологізми особливо виразно виконують персоніфікуючу функцію, яка полягає у здатності зводити складні й багатомірні соціально-політичні процеси до діяльності чи рішень конкретних осіб. Завдяки цьому явищу, яке могло б здаватися абстрактним і багатограним, неологізм отримує більш конкретний, персоналізований характер. Ім'я політика чи державного діяча стає центром, довкола якого вибудовується цілий комплекс ідей, стратегій, дій та асоціацій. Таким чином, мова не лише описує політичну реальність, а й створює враження, що саме конкретна особа є головним рушієм подій.

Наприклад, слово *Trumpism* стало не просто позначенням окремих рис політичної програми Дональда Трампа, а перетворилося на своєрідний

символ цілого напрямку політики з характерними ознаками – популізмом, націоналізмом, прагненням до зміни міжнародних відносин, апеляцією до «простих американців». Така лексична одиниця закріплює у суспільній свідомості не лише ім'я політика, а й пов'язаний з ним образ певної ідеології. Подібна практика перетворює політичного діяча на уособлення політичного руху чи навіть епохи, що значно підсилює вплив мови на масове сприйняття [5].

Функція персоніфікації є важливою ще й тому, що вона спрощує процес інтерпретації для широкої аудиторії. Замість складних описів економічних, соціальних чи міжнародних процесів суспільство отримує коротке й яскраве слово, яке асоціюється з конкретною постаттю. Це дозволяє значно швидше орієнтуватися у політичних подіях і формувати власне ставлення до них. Разом із тим, подібні неологізми часто несуть компонент оцінювання, який підказує аудиторії, як саме слід сприймати описане явище: позитивно, критично чи іронічно.

Політичні неологізми є не просто випадковими новими словами, що з'являються у мові під впливом актуальних подій, а справжніми інструментами дискурсивного впливу, які активно беруть участь у формуванні суспільної думки. Їхня сила полягає у подвійній функції: вони поєднують у собі інформативність і маніпулятивність. Інформативний аспект полягає в тому, що політичний неологізм дає назву новому явищу чи процесу, допомагає суспільству швидко орієнтуватися у складних подіях, окреслює межі нового політичного явища. Він працює як мовний маркер, що закріплює в колективній свідомості факт існування певного процесу чи ідеї, роблячи їх зрозумілими та впізнаваними.

Водночас маніпулятивна функція виявляється у здатності неологізмів спрямовувати інтерпретацію цих явищ. Нове слово рідко буває нейтральним – воно майже завжди має конотації, які задають певну оцінку: іронічну, критичну або схвальну. Таким чином, адресат не лише отримує інформацію про подію чи політичну стратегію, а й підсвідомо сприймає її крізь призму заданого мовного образу. Наприклад, терміни на кшталт *Brexit* або *Eurogeddon* не просто позначають політичні явища, а й несуть у собі емоційно забарвлену оцінку, що спонукає адресата до певного ставлення [1, с. 120].

Завдяки такому поєднанню номінативної та оцінної складових політичні неологізми роблять дискурс більш виразним, динамічним і зрозумі-

лим для масової аудиторії. Вони перетворюють складні процеси на доступні й легко інтерпретовані образи, що значно підсилює їхній вплив. У цьому сенсі нові слова виконують роль своєрідних «рамок» сприйняття: вони не лише описують дійсність, а й визначають спосіб її бачення.

Дослідження неологізмів дає змогу говорити про універсальність їхніх функцій. Наприклад, прагматична функція проявляється у здатності лексичних одиниць робити мовлення більш гнучким, пристосованим до нових умов комунікації та швидких змін у суспільстві. Нові слова виконують роль своєрідних «ключів» до сучасної реальності: вони допомагають мовцеві зафіксувати нові явища у максимально стислій та виразній формі, а адресатові – правильно інтерпретувати зміст і співвіднести його з конкретним контекстом. У цьому полягає їхня комунікативна сила: неологізм забезпечує швидке порозуміння між учасниками спілкування, оскільки створює спільний код, зрозумілий носіям певного культурного середовища.

Особливу роль відіграють експресивність і оцінність нових слів. Неологізм рідко буває нейтральним – зазвичай він має додаткове емоційне забарвлення, яке надає висловлюванню образності чи виразності. Завдяки цьому мовець може не лише повідомити нову інформацію, а й передати своє ставлення до неї, вплинути на емоції та оцінки адресата. Семантична компактність, притаманна неологізмам, дозволяє передавати складні смисли у мінімальній формі: одне слово може містити інформацію про явище, його основні характеристики та навіть певний культурний контекст.

У сучасних умовах глобалізації та інтенсивного інформаційного обміну неологізми виконують також інтеграційну функцію. Вони допома-

гають людям відчувати себе частиною спільноти, яка користується однаковими мовними кодами. Використання нових слів у повсякденному мовленні стає маркером належності до сучасного культурного простору, показником відкритості до нових ідей і тенденцій. Таким чином, неологізми не тільки відображають соціальну реальність, але й активно беруть участь у її формуванні: вони впливають на спосіб мислення, на інтерпретацію подій і навіть на стиль життя людей.

Отже, комунікативно-прагматичний аспект сучасних англomовних неологізмів полягає у їхній універсальності та багатофункціональності. Вони не лише називають нові явища, а й формують колективне уявлення про соціальну дійсність і водночас інтегрують індивіда у глобальний культурний простір. Саме тому неологізми мають значну вагу у сучасних дискурсивних практиках, виступаючи не лише віддзеркаленням, а й активним чинником розвитку суспільної комунікації.

Висновки. Неологізми в сучасному англomовному дискурсі є багатофункціональним інструментом комунікації, який поєднує номінативну, оцінну, експресивну та інтеграційну функції. Вони забезпечують швидке позначення нових реалій і водночас впливають на формування оцінок, емоцій та інтерпретацій. У газетному дискурсі нові слова підвищують виразність і динамічність повідомлення; в інтернет-дискурсі – відображають специфіку цифрової культури та групову ідентичність; у політичному – стають інструментом маніпуляції та конструювання громадської думки.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у порівнянні прагматичних особливостей неологізмів в англomовному та україномовному дискурсах, а також у дослідженні їхнього впливу на міжкультурну комунікацію.

Список літератури:

1. Зацний Ю., Клименко О. Англо-український тематичний словник нової лексики та фразеології. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. 322 с.
2. Лобода В.А. Перекладацькі трансформації: дефінітивний характер та проблема класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. № 43. 2019. С. 72–74.
3. Павлюк Н. В., Мілова О. Є. Перекладацька практика: методичні рекомендації. Київ : КУБГ. 2017. 42 с.
4. Online etymology dictionary. URL: <https://www.etymonline.com> (дата звернення: 27.09.2025).
5. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата звернення: 27.09.2025).
6. The Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk/> (дата звернення: 27.09.2025).

Panasiuk Yu. V., Babenko E. R. COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC ASPECT OF NEOLOGISMS IN MODERN ENGLISH DISCOURSE

The article focuses on the communicative and pragmatic aspects of neologisms in modern English-language discourse. The aim is to identify the functions of new words as tools of communication, their influence on the content, nature, and interpretation of messages.

The study applies descriptive, context-interpretative and discourse analysis methods, which allowed to determine the pragmatic features of neologisms functioning in newspaper, political, and Internet discourse.

The article champions an idea that a neologism is a unit that arises as a reaction of a linguistic community to intensified changes in the sociocultural and technocratic environment, characterised by simultaneous innovative structural design (new morphemes, combinations of bases, acronyms) and semantic innovation. Neologisms are capable of filling semantic gaps, emphasising the identity of the linguistic community, and adding emotional colour to speech.

It has been revealed that neologisms perform dual functions – nominative and influential. They not only designate new phenomena but also convey evaluation and emotional background, thus shaping the recipient's perception. In media and political discourse, new words serve as a means of manipulating public opinion, whereas in Internet discourse they act as markers of group identity and tools for constructing digital identity.

The communicative and pragmatic potential of neologisms lies in their ability to both reflect and shape social reality, ensure rapid mutual understanding between communicators, and integrate individuals into the global cultural space.

Key words: neologism, English-language discourse, pragmatics, communication, media, politics, Internet, evaluation.

Дата надходження статті: 28.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025