

ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ ДІЛОВОЇ СФЕРИ У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

BUSINESS LEXICAL INNOVATIONS PECULIARITIES IN MEDIA DISCOURSE

Ведь Т.М.,

orcid.org/0000-0002-4440-4248

*викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

Лютвієва Я.П.,

orcid.org/0000-0002-5874-5692

*старший викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

Полежаєва О.В.,

orcid.org/0000-0002-3178-6339

*старший викладач кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

Стаття присвячена вивченню особливостей лексичних інновацій ділової сфери використання у медійному дискурсі. Швидкі зміни у соціальному житті людей, використання комп'ютерних технологій, всесвітня пандемія COVID-19 та її наслідки забезпечують плідне підґрунтя для появи нової лексики – лексичних інновацій.

Методологія дослідження. На початковому етапі дослідження використовувалися методи цілеспрямованої вибірки, узагальнення та систематизації у роботі з теоретичним матеріалом. Метод класифікації допоміг систематизувати матеріал при розв'язанні кожного із завдань. Результати аналізу були узагальнені й представлені в тексті статті з використанням сукупності прийомів описового методу.

У роботі визначено, що лексичні інновації це лексичні одиниці, які отримали нове значення й не увійшли до активного вжитку. Визначено, що розпочинати вивчення нових слів необхідно з того, щоб зрозуміти їх тлумачення. У статті надано пояснення головних лексичних інновацій ділової сфери останніх років. Серед особливостей нової ділової лексики у дослідженні виокремлено лексико-семантичні ознаки та принцип словотвору. З'ясовано, що серед ділових лексичних інновацій за лексико-семантичними особливостями переважають слова на позначення понять, що мають як новий зміст та і форму, це власне неологізми. За словотвірною будовою серед можливих способів словотворення найбільш продуктивними способами творення лексичних інновацій ділової сфери являються іменні словосполучення та скорочення-телескопізми; найменш продуктивними виявилися способи творення фонологічних лексичних інновацій, та інновацій створених шляхом повтору або редуплікації, чергування звуків та перенесення наголосу.

Лексичні інновації ділової сфери англомовного медіа-дискурсу охоплюють широкий спектр понять та явищ з економіки, політики, фінансів, ділового мовлення, працевлаштування, робочого середовища та ін. Тому, вони потребують глибокого вивчення з метою визначення змін та тенденцій у подальшому розвитку словотвірної системи англійської мови. Перспектива дослідження полягає в дослідженні перекладознавчого аспекту лексичних інновацій ділової сфери вживання.

Ключові слова: лексичні інновації, неологізми, нові слова, ділова лексика, англомовна лексика, медійний дискурс.

The article is devoted to the study of the peculiarities of lexical innovations of business sphere of use in media discourse. Rapid changes in people's social life, the use of computer technology, the worldwide pandemic COVID-19 and its consequences provide a fruitful basis for the emergence of new vocabulary - lexical innovations.

Research Methodology. At the initial stage of the research methods of purposive sampling, generalisation and systematisation were used in working with theoretical material. The classification method helped to systematise the material in each of the tasks. The results of the analysis were summarised and presented in the text of the article using a set of methods of descriptive method.

It has been defined in the work that lexical innovations are lexical units which have acquired new meaning and have not come into active use. It is defined that the beginning of the study of new words is necessary in order to understand their meaning. The article explains the main lexical innovations of the business sphere in recent years. Among the features of new business vocabulary, the study singles out lexical-semantic features and the principle of word formation. It has been found that among business lexical innovations on lexical-semantic features, the words on denotation of the concepts having both new content and form prevail, they are neologisms proper. As to the word-formation structure, among possible ways of word-formation the most productive ways of creation of lexical innovations of business sphere are nominal word combinations and abbreviations-telescopicisms; the least productive are ways of creation of phonological lexical innovations and innovations created by repetition or reduplication, alternation of sounds and accentuation transfer.

Lexical innovations in the business sphere of English-language media discourse cover a wide range of concepts and phenomena on economics, politics, finance, business speech, employment, working environment, etc. Therefore, they

require in-depth study in order to identify changes and trends in further development of the English word-formation system. The prospect of the study is to investigate the translation aspect of business lexical innovations.

Key words: lexical innovations, neologisms, new words, business lexis, English lexis, media discourse.

Постановка проблеми.

Мова поглинає як кардинальні соціальні зміни так і їх розвиток, який відображає аспекти соціального життя. Всесвіт постійно наповнюється новими речами та явищами, що динамічно виникають, і водночас позбувається старих, ніким не використовуваних речей. Такі зміни притаманні і мові. Англійська мова власне і відома своїм швидким пристосуванням до змін. Кожен день англійська лексика поповнюється десятками нових слів з різних сфер життя, де вони позначають та описують щоденні зміни, що нас оточують. Кожне нове поняття та явище повинне мати відображення у мові. У англійській мові нові слова позначаються лексичними інноваціями. Для того щоб визначити слово, як інновацію необхідно дослідити ряд факторів. Перш за все, лексичну інновацію необхідно відділити від одноденного слова, okazіоналізму. Не існує чіткого критерію, який встановлює скільки часу необхідно пройти щоб слово вважалось інновацією. Також, вивчення лексичних інновацій, неологія, як окремої частини лексикології англійської мови цілком не сформована як самостійна галузь, тому існує проблема з залученням новостворених до складу лексичних інновацій; відсутність маркування для позначення нової лексики також впливає на їх визначення, особливо в електронних та онлайн джерелах, що і пояснює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поява нових слів не лише збагачує словниковий запас мови та покращує комунікацію, але і змушує дослідників вивчати лексику. Лексикографи не припиняють вивчення англійських лексичних інновацій і досягли значного успіху в укладі загальнотеоретичного базису В.Заботкіна, Н. Котелова, М. Кочерган, Г. Буссман, Р. Гінбург (В. Заботкіна, 1989; Н. Котелова, 1979; М. Кочерган, 1999; Г. Буссман, 2002; Р. Гінбург, 1976). Визначенню поняття «лексична інновація» присвячені праці І. Андрусак, Ю. Зацного та О. Стишова (І. Андрусак, 2003; Ю.Зацний, 1998; О. Стишов, 2003); Я. Конопацька вивчає семантичний аспект нової лексики (Я. Конопацька, 2005), а Л.Калеткін – функціональний (Л.Калеткін, 2003). Свої власні класифікації щодо формування та створення неологізмів, нової лексики та лексичних інновацій можна знайти в роботах Л. Бауер, Р. Фішер, В. Заботкіної, Н. Котелової, І. Козаченко, та ін. У своїх розвідках вони аналі-

зували етапи створення інновацій, їх становлення та пропонували власні схеми аналізу.

Увага дослідників до проблеми неології обумовлюється значною роллю нових слів, як відображення мовного розвитку, яке у свою чергу пояснює адаптацію мови до змінних умов її функціонування під впливом екстралінгвістичних факторів.

Постановка завдання.

Мета дослідження – виявити особливості економічних лексичних інновацій у медійному дискурсі. Для досягнення поставленої мети необхідне розв'язання наступних завдань:

1. Визначити поняття «лексична інновація».
2. З'ясувати лексико-семантичні особливості лексичних інновацій.
3. Охарактеризувати лексичні інновації ділової сфери відповідно до їх словотвірної будови.

Методологія. На початковому етапі дослідження використовувалися методи цілеспрямованої вибірки, узагальнення та систематизації у роботі з теоретичним матеріалом. Метод класифікації допоміг систематизувати матеріал при розв'язанні кожного із завдань. Результати аналізу були узагальнені й представлені в тексті статті з використанням сукупності прийомів описового методу.

Виклад основного матеріалу.

У лексичному складі мови віддзеркалено всі наші уявлення про будь-які явища екстралінгвістичної дійсності. В. Жайворонок указує на те, що семантична деривація (творення похідних слів від слова-основи) спочатку відбувається в індивідуальному вживанні, а вже потім найбільш „вдалі” утворення потрапляють до мовного вжитку, оскільки вони стають рекурентні (здатні відтворюватися поза межами первісного контексту), пізніше функціонують як okazіоналізми і лише після цього входять у загальні мовні зв'язки, стають мовними фактами, а потім і факторами лексичної системи [4, с. 12].

Лексичні інновації дуже складно виявити. Не існує чіткого формування їх поняття. Існують різні думки на власне теоретичне обґрунтування поняття, на те, скільки часу нове слово може використовуватися, щоб воно вважалось лексичною інновацією та і взагалі за яких умов та чому слово можна вважати інновацією.

У працях, присвячених вивченню шляхів і способів мовного складу, широко використовують термін «неологізм», який має кілька зна-

чень: власне нове, уперше утворене або запозичене з інших мов слово; слово, що було відомим і раніше, але вживалося обмежено поза літературною мовою; слово, що вийшло з активного вжитку, але на певному етапі набуло поширення, а також похідне слово, що існувало в мові потенційно й було утворене від давно існуючих слів за відомими моделями лише за останні декілька років [7, с. 7].

Лінгвісти використовують також інші терміни, які до сьогодні не мають єдиного прийнятого визначення в мовознавстві. Серед таких термінів можна виокремити такі: лексична інновація, потенційне слово, неолексема, новотвір, індивідуально-авторський неологізм, семантичний неологізм та ін. [12, с. 25]

Спираючись на думку закордонних та вітчизняних дослідників, можна вважати, що не має точного тлумачення терміну лексична інновація. Вони всі мають певні відмінності стосовно роз'яснення поняття, але можна виділити загальну думку, за якої лексичні інновації – це лексичні одиниці, які отримали нове значення й не увійшли до активного вжитку [10, с. 84].

Вивчення лексичних інновацій не тільки дозволяє побачити способи і засоби вербалізації нових концептів і категорій, еволюцію мовної картини світу, але і дає ключі до розуміння своєрідності культури носіїв цієї мови, їх системи цінностей і світосприйняття. Вони відображають найбільш важливі зміни, що відбуваються в суспільстві, а також слугують джерелом поширення нових мовних одиниць.

Лексичні інновації можуть бути як важливими та значущими для суспільства, так і мати низький рівень значущості. У будь-якому разі змінюється значення старих слів, нові запозичуються або створюються із існуючого мовного матеріалу за схемами, продуктивними на певному етапі її розвитку, або створюються нові системи. Тому класифікуються лексичні інновації за логіко-семантичними ознаками, тобто переліком понять, що нові слова означають, або за способами словотвору. Класифікація останнього типу лежить в основі багатьох сучасних досліджень лексики.

Враховуючи специфіку мови засобів масової інформації, особливості нових найменувань, що фіксуються в медіа у дослідженні ми аналізуємо лексичні інновації, що з'явилися у мові за останній період і позначають нові поняття та реалії, що відносяться до ділової сфери використання. Лексичні інновації ділової сфери мають достатньо обширне поняття. До них можна віднести як політику так і економіку з фінансами, лексику

пов'язану з офісом та працевлаштуванням та ін. матеріалом дослідження стали електронні джерела та добірки з прикладів медіа текстів з інтернет ресурсу About words. A blog from Cambridge Dictionary.

Сферою економіки цікавляться усі прошарки населення. Ділова преса дозволяє людям дізнатися не тільки про актуальні питання, але і про інноваційні явища [10, с.71]

Проаналізувавши 50 лексичних інновацій ділової сфери останніх років можна зробити висновок, що розпочинати вивчення нових слів необхідно з того, щоб зрозуміти їх тлумачення. Тлумачення лексичної інновації дає змогу її прокваліфікувати та розібрати. Тому, в таблиці 1 подано тлумачення лексем, вжитих у статті.

Зважаючи на те, що лексичні інновації це слова, які мають нову форму або новий зміст, за класифікацією В.І. Заботкіної [4], їх поділяють на:

- власне неологізми (climate tech, influencer, soonicorn, human cloud, cyber mercenary);
- трансномінації (*polywork*, *work from anywhere*);
- семантичні інновації (*live shopping*, *sunshine shift*).

Найбільшою групою є власне неологізми, у яких поєднується новизна як форми, так і змісту. Це зумовлено необхідністю пояснення нових реалій, що виникли у зв'язку із науково-технічним прогресом та розвитком комп'ютерних технологій. Також, значна частина таких лексем створена через наслідки пандемії COVID-19 та зміну реалій робочого середовища. Нові умови праці призвели до появи нових явищ у сфері працевлаштування, яким необхідно було дати назву. Так з'явилися слова на позначення розмежування робочого та особистого часу під час дистанційної роботи *virtual commute* чи взагалі словосполучення пов'язане з роботою закладу харчування тільки на літній терасі, *sunshine shift*, що декілька років тому взагалі було чимось незвичним, а зараз стало реалією життя та ін.

Трансномінації є синонімами до вже відомих слів, але мають більш експресивне значення, утворені з метою покращення мовного механізму. Трансномінаціям ділової сфери особливо характерна негативна конотація. Більшість аналізованих прикладів саме в контексті мали нейтральний або більш негативний характер, виражали певну незадоволеність.

Семантичні інновації дають нове значення вже існуючим словам. При цьому існує дві групи таких лексичних інновацій:

Лексичні інновації ділової сфери, що згадуються у статті

Лексична інновація	Частина мови	транскрипція	Тлумачення
<i>ask gap</i>	Слово-сполучення	[ˈɑːsk.gæp]	відмінність у заробітній платі між працівниками, які вимагають (та врешті отримують) збільшення прибутку між тими хто мовчить.
<i>boffice</i>	іменник	[ˈbɒf.ɪs]	ліжко, яке використовується як робоче місце людиною, яка працює дистанційно.
<i>business shower</i>	Слово-сполучення	[ˈbɪz.nɪs.ˈʃaʊə]	вечірка, яку проводять для того, щоб відзначити початок нового стартапу, зазвичай проводиться до офіційного відкриття.
<i>emoticonomy</i>	іменник	[ɪ,məʊt.ɪˈkɒn.ə.mi]	економічна система, що базується на діяльності людей та взаємодії бізнесу для того, щоб зробити світ кращим та щасливішим місцем.
<i>climate tech</i>	Слово-сполучення	[ˈklaɪ.mət.tek]	підприємство або організація, що використовую технології для створення продуктів та послуг, що дозволять суспільству адаптуватися до наслідків зміни клімату.
<i>cloffice</i>	іменник	[ˈklɒf.ɪs]	Комірка перебудована у невеликий офіс.
<i>cyber mercenary</i>	Слово-сполучення	[ˈsaɪ.bə.mɜː.ˈsɹɪ]	спеціаліст, якому організація платить за те, щоб він/вона використовували мережу Інтернет для нелегального проникнення в комп'ютерну систему, наприклад, для того, щоб отримати секретну інформацію або пошкодити систему.
<i>finfluencer</i>	іменник	[ˈfɪn.flu.ən.sə]	хтось, хто приваблює нових підписників у соціальних мережах надаючи фінансові поради.
<i>happiness economist</i>	Слово-сполучення	[ˈhæp.i.nəs.ɪˈkɒn.ə.mɪst]	людина, у об'язки якої входить вивчення того, як пов'язане національне багатство з рівнем задоволеності населення.
<i>human cloud</i>	Слово-сполучення	[ˈhjuː.mən.ˈklaʊd]	фрілансери, які знаходяться у будь-якій точці світу і наймаються для виконання індивідуальних завдань, які можна виконати за комп'ютером.
<i>kindness economy</i>	Слово-сполучення	[ˈkaɪnd.nəs.ɪˈkɒn.ə.mi]	економічна система, що базується на принципі за якого підприємство фокусується не на прибуток, а на інтересах та цінностях клієнтів, своїх працівників та суспільства вцілому.
<i>live shopping</i>	Слово-сполучення	[ˌlaɪv.ˈʃɒp.ɪŋ]	купівля онлайн за якої продавець продає товари в режимі реального часу на платформах у соціальних мережах.
<i>Neo-generalist</i>	іменник	[ˈniːəʊ ˈdʒen(ə)rəlɪst]	працівник, що має загальні та спеціальні навички.
<i>pivot space</i>	Слово-сполучення	[ˈpɪv.ət.spets]	частина офісу, що може використовуватися для різних цілей.
<i>polywork</i>	іменник	[ˈpɒl.i.wɜːk]	положення за якого людина працює на декількох різних роботах одночасно.
<i>resimercial</i>	При-кметник	[ˌrez.i.ˈmɜː.ʃəl]	поєднання комфортних офісних меблів з дизайном, що робить офіс більше схожим на кімнату вдома, тобто гостинним та привітним.
<i>Roamer</i>	іменник	[ˈrəʊmər]	хтось, хто переїжджає з однієї країни в іншу, щоб там жити і працювати
<i>soonicorn</i>	іменник	[ˈsuː.nɪ.kɔːn]	стартап який скоріше за все стане юнікорном (компанія, прибуток якої дуже швидко зріс до 1 млрд. доларів) у найближчому майбутньому.
<i>sunshine shift</i>	Слово-сполучення	[ˈsʌn.ʃaɪn.ʃɪft]	період часу, за якого працівники закладу харчування працюють у закладах, яким дозволено працювати лиш на відкритих літніх терасах, і не працюють за розпорядженням роботодавця, якщо погодні умови не дозволяють надавати послуги надворі.
<i>virtual commute</i>	Слово-сполучення	[ˌvɜː.tʃu.əl.kəˈmjʊːt]	спосіб для людей, які працюють віддалено, більш легко розділити робочі години та вільний час (особисте, приватне життя).
<i>voice shopping</i>	Слово-сполучення	[ˈvɔɪs.ʃɒp.ɪŋ]	можливість купівлі товарів онлайн голосом, тобто, розмовляючи за допомогою смарт пристрою – мобільного телефону або колонки/гучномовця, що комується голосом.
<i>Volunteer-cation</i>	іменник	[ˌvɒl.ənˈtʃə.ˈkeɪ.ʃən]	вихідний, який людина проводить за волонтерською роботою, а не відпочиває.
<i>work from anywhere</i>	Слово-сполучення	[ˌwɜːk.frəm.ˈen.i.weə]	діяльність за якої можна працювати віддалено з будь якої локації, не тільки вдома, а й у будь-якому зручному для людини місці (парк, кафе, кав'ярня).

Таблиця 1. Укомплектована авторами

1) старі слова повністю змінюють своє значення, втрачаючи попередньо відоме;

2) у семантичній структурі слова з'являється нове значення, лексико-семантичний варіант, але при цьому зберігаються й інші, відомі, значення [25, ст. 8].

Останнім часом більш поширені семантичні інновації другої групи. Також переважають лексико-семантичні варіанти більш абстрактного характеру. Конкретизація значення не характерна для останніх десятиліть. Семантичні лексичні інновації використовуються в слензі частіше, ніж усі інші види.

Залежно від мети створення лексичних інновацій, їх призначення в мовленні всі інновації можна розділити на номінативні та стилістичні [6, с. 149.]

Перші виконують у мові чисто номінативну функцію, позначаючи нові поняття і об'єкти, тому більшість з них є термінами та номенклатурними словами (*teach-in biogeocoenose, globoss*) [11, с.1-49]

Другі дають образну характеристику речам, які вже мають назви (*cosmodrom, cosmogony*) [6, с. 149]

Виникнення стилістичних лексичних інновацій зумовлене тим, що здебільшого письменники не створюють власне морфологічних термінів, але вони можуть виявити у вже існуючих слів нові відтінки шляхом «пересування» здавалося б випадкового значення слова у центр уваги читача, що неминуче відсуває звичайне осмислення слова на задній план і створює своєрідну семантичну лексичну інновацію [11, ст. 149]

Необхідно відзначити, що словотворча система сучасної англійської мови є єдиним цілим, окремі компоненти, які використовуються для створення нових лексичних одиниць, поповнюють словниковий склад певної мови. Використання тої чи іншої словотвірної структури або моделі зумовлено як лінгвістичними, так і екстралінгвістичними факторами. Розуміння того, як утворюються нові слова, допомагає вивчати англійську мову розбиратися в структурах нових слів і розуміти їх зміст і функціонування у мові [5, с.55].

Вивчення лексичних інновацій не тільки дозволяє побачити способи і засоби вербалізації нових концептів і категорій, еволюцію мовної картини світу, але і дає ключі до розуміння своєрідності культури носіїв цієї мови, їх системи цінностей і світосприйняття. Вони відображають найбільш важливі зміни, що відбуваються в суспільстві, а також слугують джерелом поширення нових мовних одиниць.

Згідно зі словотворчою системою англійської мови, за класифікацією Ільїної А. М. та Кибасової С.Г. [5], існують такі способи утворення лексичних інновацій: афіксація, конверсія, словоскладання, скорочення, реверсія, постпозиція, звуконаслідування або ономотопея, редуплікація, чергування звуків та перенесення наголосу в слові.

Афіксація являє собою префіксацію або суфіксацію.

Афіксальні одиниці, як правило, складаються цілком в ричищі англійських словотворчих традицій. Їх морфологічна структура і характер мотивації значення ускладнюється уявленнями носіїв англійської мови про звичайне і стандартне слово. Тому поява похідних лексичних інновацій свідомо помічається носіями мови тільки тоді, коли вони усвідомлюють новизну значення слова.. Похідне слово, так як і складне, характеризується розчленованістю і наявністю внутрішньої предикації [9, с. 43].

Для створення слова цього типу необхідно три компоненти: основа або корінь, афікс та модель, за якою афікс приєднується до вже існуючої основи або кореня. Таким чином, похідне слово є взаємодією трьох компонентів. Афікси реалізують себе лише у взаємодії зі словотворчою основою або коренем.

Префіксальні інновації не такі численні, хоча кількість префіксів та напівпрефіксів перевищує кількість суфіксів та напівсуфіксів

Характерною рисою лексичних інновацій є їх новизна, яка, безпосередньо, присутня у назвах нових професій та словах, пов'язаних з працевлаштуванням:

Neo-generalist (префікс *Neo-* вже сам вказує на новизну значення). *Roamer* (суфікс *-er* допомагає зрозуміти, що мова йде про людину, яка виконує якусь дію чи взагалі на професію чи вид зайнятості).

Конверсія – морфолого-синтаксичний спосіб словотвору, за якого слова утворюються з уже наявних слів без жодних змін у написанні та вимові. Похідне слово включає в себе нову парадигму та набуває нової синтаксичної функції та лексико-граматичного значення.

До конверсії відносяться також і словосполучення створені з загальноновживаних слів, які у поєднанні створюють нове поняття: *ask gap, business shower, climate tech*.

Результатом конверсії є омонімія. З'являються мовні одиниці, які однакові за звучанням, написанням та формою, але мають різне значення і належать до різних частин мов. Також для

таких новоутворень характерна багатозначність у подальшому використанні. [2, с. 21]

Найпоширеніший вид конверсії – перехід від іменників до дієслів: *butterfly* (n) – *to butterfly* (v), *Google* (n) – *to google* (v). Унікальним є також конвертоване дієслово *to R.S.V.P.*, утворене від скорочення *R.S.V.P.* (початкові букви французького виразу *Repondez, sil vousplait* – *відповідайте, будь ласка*), яке застосовують в кінці листа-запрошення.

Як і на попередніх етапах розвитку мови, утворення іменників від дієслів у наш час менш продуктивне. Як відомо, це пов'язано з тим, що в англійській мові іменники легко утворюються від дієслів шляхом афіксації.

Реверсія, або зворотні словотвір – формування слова шляхом урізання афіксів. Внаслідок реверсії скорочується і залишається лише основа слова. Цей спосіб часто використовується для утворення дієслів від іменників [3, с. 58].

Постпозиція – видозміна дієслівних основ слова за допомогою постпозитиву. Постпозитив, або післяйменник виконує словотворчу функцію. Постпозитив не може існувати граматично та морфологічно без дієслова, тому вони зливаються в одне ціле. Значення таких слів іноді може мати в собі суму значень поєднаних компонентів.

Ономатопія, або звуконаслідування є характерною ознакою для словотвору в будь-якій мові. Це спосіб створення слів, який імітує засобами мови різні позамовні звукові явища. Фонологічні лексичні інновації утворені з окремих звуків і являють собою їхні конфігурації. Такі слова інколи називають „штучними”.

До групи фонологічних лексичних інновацій лінгвісти умовно зараховують нові слова, утворені від вигуків. Наприклад: *Zizz* (брит. сленг – імітація звуків, які видає людина уві сні), нерідко передається в коміксах за допомогою трьох букв *ZZZ*, або *Sis-bombah* (амер. сленг – склади цього слова часто застосовували для підбадьорювання) [8, с.195 - 196]. Фонологічні лексичні інновації мають найвищий рівень конотації, новизни через незвичність та свіжість форм.

Повтор, або редуплікація – це спосіб творення нових слів шляхом повного або часткового повторення кореня або основи слова без зміни або із частковими змінами звукового складу. Чергування звуків та перенесення наголосу в слові полягає в зміні фонетичного складу слова, при цьому похідне слово буде належати до іншої лексично граматичної групи.

Словоскладання – один із найпродуктивніший засобів формування нових слів. Складні слова

містять у собі, принаймні дві основи, які трапляються у мові у вигляді вільних форм. У складному слові його компоненти набувають цілісності та структурної єдності і можуть функціонувати як самостійні лексичні одиниці.

В англійській мові складні слова утворюються без флексій та з'єднувальних елементів, наприклад: *brainwork*, *browbeat*, *handshake*, *job-hunt*.

До складних лексичних інновацій, серед яких у цілому переважають двокомпонентні одиниці, можна віднести словосполучення.

Фундаментальною класифікацією словосполучень за морфологічними ознаками головного слова вважається розподіл на такі типи: дієслівні словосполучення, іменні, прислівникові та адвербіальні. Іменні словосполучення також діляться на субстантивні та ад'єктивні з головним словом числівником та з головним словом займенником. [13, с.114]

Інколи сутність тлумачення не можливо вмістити в одне слово. Тоді виникають усталені словосполучення. Вони можуть мати як зовсім нову конотацію, так і бути синонімічною сполукою чи мати нове значення лише в усталеній комбінації слів із загальноживаних.

Основними моделями продовжують залишатися моделі $N+N - N$; $A+N - N$. Серед нових складних одиниць – іменників можна відзначити такі: *ask gap*, *business shower*, *climate tech*, *cyber mercenary*, *happiness economist*, *human cloud*, *kindness economy*, *pivot space*, *sunshine shift*, *virtual commute*, *work from anywhere*.

Більшість з проаналізованих лексичних інновацій ділової сфери вживання є іменними словосполученнями. Це означає, що вони створені для позначення явища, предмету чи поняття а не вказують на дію.

Лексичні інновації словосполучення *live shopping ma voice shopping* створені за аналогією зі сполученням *online shopping* (онлайн шопінг). Так як і в онлайн купівлі ми розуміємо, що перше слово нам вказує саме на вид шопінгу, то і в лексичних інноваціях *live ma voice* вказують на те, яким чином буде відбуватися купівля – в прямому ефірі чи за допомогою голосу.

Скорочення – зменшення числа морфем та/або фонем уже існуючих в мові слів або словосполучень, назв тощо.

Скорочення поділяються на графічні та лексичні [8, с. 318]. У свою чергу графічні поділяються на: загальноприйняті, оказіональні та стандартні.

А лексичні скорочення поділяються на:

- ініціальні скорочення (включають аббревіатури, алфаветизми та акроніми);

- скорочення змішаного типу;
- слова-телескопізми (повні слова-злитки (affluential ← affluent + influential) та часткові слова-злитки (permatemp ← permanent + temporary) [8, с. 318].

Також скорочення поділяються на скорочені форми або усікання:

- апокопи (скорочується фінальна частина слова: biotech ← biotechnology);
- афези (скорочення ініціальної частини слова: blade ← rollerblade) [8, с. 319].

Серед скорочень лексичних інновацій ділової сфери вживання переважають слова телескопізми, а саме слова-злитки, коли два слова поєднуються в одне. Комбінація двох слів власне і пояснює явище, описане лексичною інновацією:

Boffice ← *bed* + *office*. Поєднання понять «ліжко» та «офіс». Навіть не розуміючи тлумачення нового слова, можна здогадатися, що мова йде про ліжко яке використовується не лише як місце для сну, але і як робочий офіс.

Cloffice ← *closet* + *office*. Комбінація слів «комора» та «офіс».

Finfluencer ← *financial* + *influencer*. «Фінансовий» та «інфлюенсер».

Resimercial ← *residential* + *commercial*. Прикметники «житловий» та «комерційний», як лексична інновація, означають поєднання цих понять, зазвичай про приміщення, яке в одно час є затишним місцем але і має комерційну користь.

Soonicorn ← *soon* + *unicorn*. Комбінація слів «незабаром» та «юнікорн». Це унікальний випадок, коли лексична інновація стала похідною від лексичної інновації. Термін «юнікорн», є досить новим поняттям, що вживається для позначень стартапів, прибуток яких швидко досяг 1 млрд. доларів. Тому інновація «*soonicorn*» і позначає стартап, який незабаром стане юнікорном.

Volunteercation ← *volunteer* + *vacation*. «Волонтерство» та «відпочинок», тобто відпочинок, проведений за волонтерством.

Серед проаналізованих матеріалу були відсутні приклади фонологічних лексичних інновацій, та інновацій створених шляхом повтору або редуплікації, чергування звуків та перенесення наголосу. Однією з причин, що пояснюють чому ці способи є найменш продуктивними є те, що слова пов'язані з вимогою залежать від особистих можливостей та здібностей кожної окремої людини. В такому випадку необхідно відрізнити чи мовець використав лексичну інновацію чи це їх власне авторське слово.

За словотвірною будовою найбільш продуктивними способами творення лексичних інновацій ділової сфери являються словосполучення та скорочення. Перше обумовлене складністю понять, які важко або неможливо виразити одним словом. Скорочення переважають через відгук на вимоги сучасності. У швидкозмінному динамічному світі швидкість та локанічність в мові переважає. Особливо це стосується комунікації у соціальних мережах.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, серед лексичних інновацій ділової сфери використання переважають власне неологізми за логіко-семантичними ознаками; іменні словосполучення та скорочення телескопізми за словотвірною будовою.

Лексичні інновації ділової сфери англійського медіа-дискурсу охоплюють широкий спектр понять та явищ з економіки, політики, фінансів, ділового мовлення, працевлаштування, робочого середовища та ін. Тому, вони потребують глибокого вивчення з метою визначення змін та тенденцій у подальшому розвитку словотвірної системи англійської мови.

Перспектива дослідження полягає в дослідженні перекладознавчого аспекту лексичних інновацій ділової сфери вживання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бондаренко О. Неологізми: способи творення та перекладу. *Мовознавчий вісник. Збірник наукових праць*. 2011. № 12 – 13. С 194 – 198.
2. Ведь Т. М. Сфери вживання лексичних інновацій XXI століття у межах медійного дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. № 38. Том 2. Одеса. 70 – 73 С.
3. Жайворонок В. В. Слово в етнологічному контексті. *Мовознавство: науково-теоретичний журнал*. Київ. 1996. № 1. С. 12 – 13.
4. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. Москва. 1989. 128 с.
5. Ильина А. Н. Словообразование в современном английском языке. Санкт-Петербург. 2012. 90 с.
6. Карашук П.М. Словообразование английского языка. Москва. 1977. 303 с.
7. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. Ленинград. 1979. 184 с.

8. Лежньов С. М. Англомовні неологізми-скорочення. *Наукові записки. Серія "Філологічна"*. Острог. 2012. № 29. С 318 – 319.
9. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови. Харків. 1993. 256 с.
10. Полковніченко Ю.Г. Неологізми у сучасній англійській мові. *Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка*. 2013. № 12 (271). Ч. 1. С. 83-88.
11. Смирницький А. И. Лексикология английского языка. Москва. 1988. 260 с.
12. Ткач П.Б., Ведь Т.М. Лексичні інновації в сучасному англомовному воєнно-політичному дискурсі та фактори, які впливають на їх створення // *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2018. № 10. С. 23-30.
13. Шевчук О.В. Класифікація субстантивних словосполучень у сучасній англійській мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2015. № 17 том 2. С. 114-116.
14. About words. A blog from Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/>.
15. Barnhart R. K. The Third Barnhart Dictionary of New English. New York. 1990. 394 p.
16. Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart. 2002. 390 s.
17. Hargraves Orin. New Words. Oxford. 2004. 320 p.

УДК 811.161.2

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.1.22>

ОНИМИ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ ТВОРІВ ФЕНТЕЗІ (НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ПАТРИКА РОТФУССА «ІМ'Я ВІТРУ»)

ONYMS IN THE ARTISTIC DISCOURSE OF FANTASY WORKS (BASED ON THE NOVEL "THE NAME OF THE WIND" BY P. ROTHFUSS)

Гасюк Н.В.,

orcid.org/0000-0003-0546-662X

*доцент кафедри перекладу та філології
Університету Короля Данила*

Пуш О.М.,

orcid.org/0000-0002-2683-6952

*асистент кафедри перекладу та філології
Університету Короля Данила*

Стаття присвячена комплексному аналізу онімів у художньому дискурсі творів фентезі на прикладі роману Патріка Ротфусса «Ім'я вітру». Дослідження базується на онімному просторі творів фентезі. Авторами зауважено, що вдалий вибір денотативно різноманітних онімів у цьому жанрі несе особливе смислове навантаження в розвитку сюжету та вмінні автора захопити розвитком подій вигаданого світу, залучити читача до емоційно-експресивної діяльності, аналізу семантики та, дуже часто, до пошуку джерел походження певних назв. Оніми можуть мати незвичайний звуковий образ, володіти прихованим асоціативним фоном. У статті наведено приклади власних імен із автентичного з тексту, що надають характерного колориту, мають особливе значення, в якому концентровано виражена авторська ідея. Оніми сприймаються як слова або словосполучення, які слугують для позначення окремих людей, місць, об'єктів. Вони набувають різних функцій у літературному творі, стаючи своєрідним посередником, що створює задуману автором атмосферу та справляє відповідне враження на читачів.

Роман «Ім'я вітру», «The Name of the Wind» мовою оригіналу, Патріка Ротфусса є чудовим джерелом для дослідження широкого спектру онімної лексики, представленої різними класами власних назв у відповідності до денотатів, а саме антропонімами (іменами, прізвищами, прізвиськами персонажів та гіпокористиками), ойконімами (власними іменами будь-якого поселення), геортонімами (власними назвами будь-яких свят, пам'ятних дат, урочищостей, фестивалів), оронімами (власними назвами будь-якого елемента рельєфу земної поверхні (позитивного та негативного), ідеонімами (власними назвами, які мають денотати в розумовій, ідеологічній або художній сфері людської діяльності), урбанонімами (власними іменами будь-якого внутрішньоміського, топографічного об'єкта), гідронімами (власними назвами будь-якого водного об'єкта, природного чи створеного людиною).

Ключові слова: художній дискурс, фентезі, ономастичний простір, оніми, власна назва, денотат, класи онімів.

The article is devoted to a comprehensive analysis of onyms in the artistic discourse of fantasy works using the novel "The Name of the Wind" by Patrick Rothfuss as an example. The study is based on the onymic space of fantasy works. The authors note that the successful choice of denotatively diverse onyms in this genre carries a special semantic load