

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МОВІ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ

LEXICAL INNOVATIONS IN THE LANGUAGE OF REGIONAL MASS MEDIA

Коваленко Б.О.,

orcid.org/0000-0002-3764-856X

доктор філологічних наук, професор,

професор кафедри української мови, директор

Навчально-наукового інституту української філології та журналістики
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Коваленко Н.Д.,

orcid.org/0000-0002-7810-1982

доктор філологічних наук, професор,

професор кафедри української мови

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Актуальність обраної теми зумовлена недостатньою увагою до вивчення лінгвістичних аспектів мас-медіа м. Кам'янця-Подільського, зокрема останніх років, що спричинило кардинальні зміни в житті України загалом, своєрідності розвитку регіону. Такі важливі чинники, як децентралізація, увага до проблем розвитку місцевого самоврядування, його правового забезпечення, вивчення історії краю, відродження його традицій, участь мешканців м. Кам'янця-Подільського в АТО, а згодом у російсько-українській війні тощо зумовлюють посилену увагу до всебічного вивчення життя регіону, зокрема такої важливої соціальної сфери, як засоби масової інформації.

Мета дослідження – виявити й проаналізувати неологізми мови мас-медіа Кам'янеччини, зокрема з'ясувати семантику й етимологію нових лексичних і фразеологічних одиниць у медіатексті, визначити особливості функціонування нововведень у мові ЗМІ досліджуваного регіону останніх років. Реалізовано такі завдання: з'ясовано стан вивчення мови мас-медіа; виявлено й охарактеризовано склад нових слів на матеріалах сучасних ЗМІ м. Кам'янця-Подільського; визначено екстралінгвальні чинники, що зумовлюють процес лексичної неологізації мови ЗМІ; досліджено семантику, етимологію та стилістичні функції неологізмів у текстах мас-медіа.

Однією з основних сфер, у яких можна спостерігати лексичні новотвори, є газетні тексти. У періодиці м. Кам'янця-Подільського, зокрема в газеті «Подільанин», трапляються такі семантичні групи лексичних інновацій: 1) номінації, що мають безпосередній стосунок до російсько-української війни; 2) назви людей за родом діяльності та занять; 3) слова на позначення реалій зі сфери торгівлі, промисловості та обслуговування; 4) лексеми, пов'язані з розвитком технологій та науково-технічним прогресом; 5) назви понять зі сфери медицини; 6) номінації на позначення державних нововведень; 7) назви явищ світового значення та ін. Вони відіграють важливу роль в описі подій, що відбуваються в соціумі, віддзеркалюють сучасні потреби суспільства, нові факти життя, ідеї, тренди, концепції.

Ключові слова: українська мова, лексичні інновації, фразеологія, неологізми, фемінітиви, мас-медіа.

The relevance of the chosen topic is determined by the insufficient attention paid to the study of the linguistic aspects of the mass media in Kamianets-Podilskyi, particularly in recent years, which has led to the fundamental changes in the life of Ukraine as a whole and the specific development of the region. Such important factors as decentralization, focus on the problems of local self-government development, its legal support, the study of local history, the revival of its traditions, and the participation of Kamianets-Podilskyi residents in the ATO and subsequently in the Russian-Ukrainian War, etc., necessitate increased attention to a comprehensive study of the region's life, especially in such an important social sphere as the mass media.

The research goal is to identify and analyze neologisms in the mass media language of the Kamianets-Podilskyi region, in particular to determine the semantics and etymology of new lexical and phraseological units in media texts, and to identify the functional peculiarities of these innovations in the regional media language of recent years. The following objectives were accomplished: the state of mass media language studies was clarified; the composition of new words in the materials of contemporary media in Kamianets-Podilskyi was identified and characterised; extralinguistic factors that influence the process of lexical neologisation of the language of the media were identified; the semantics, etymology and stylistic functions of neologisms in mass media texts were studied.

One of the primary areas where lexical neologisms can be observed is in newspaper texts. The periodicals of Kamianets-Podilskyi, particularly the newspaper "Podolianyn," contain the following semantic groups of lexical innovations: 1) terms directly related to the Russian-Ukrainian War; 2) names for people based on their profession and occupation; 3) words denoting new realities in the fields of trade, industry, and services; 4) lexemes related to the development of technology and scientific-technical progress; 5) terms for concepts in the field of medicine; 6) nominations for state-related innovations; 7) terms for phenomena of global significance, etc. These neologisms play an important role in describing events that occur in society, reflecting modern societal needs, new facts of life, ideas, trends, and concepts.

Key words: Ukrainian language, lexical innovations, phraseology, neologisms, feminatives, mass media.

Постановка проблеми. Мова – це основний засіб спілкування, вона завжди була і є головним чинником ідентифікації етносу та безпосереднім виразником духовної культури народу, його ментальності. Будь-яка мова – це витвір суспільства, відповідно мова не може існувати поза ним. Змінюється суспільство – змінюється мова, демократизується суспільство – демократизується мова. На думку дослідників, «у сучасних умовах демократизації суспільного життя та лібералізації соціальних основ і моральних принципів український інформаційний простір зазнає постійних змін» [14, с. 39–45], унаслідок чого відбуваються зміни й у мові. З'являються слова, які проходять «апробацію» у ЗМІ; у текстах мас-медіа натрапляємо на нові слова і вирази, які, з одного боку, збагачують склад нової української лексики, а з іншого – засмічують літературну мову.

Однією з найважливіших характеристик могутності держави є її інформаційний потенціал, який визначається станом розвитку засобів масової інформації [4, с. 16–20] і, насамперед, телебачення, радіомовлення та газет. Однак, у 20-х роках ХХІ ст. чи не найголовнішим джерелом інформації, окрім традиційних, є інтернетні видання.

Наприклад, у м. Кам'янці-Подільському зареєстровано з десяток газет, частина з яких існує і в паперовому, і в онлайн-варіантах. Мас-медіа Кам'янеччини ще не стали об'єктом всебічного вивчення. Маємо поки що праці Б. Коваленка [8; 9], у яких автор, щоправда, бере до уваги значно ширшу територію, але подекуди торкається й регіону, який нас цікавить, зосереджуючи основну увагу на історії преси, її жанрово-тематичних аспектах, мові газетних текстів. Увага до регіонів зумовлена значною мірою й тим, що надзвичайно актуальною стає проблема місцевого самоврядування.

Вивчення навіть порівняно невеликого лексичного класу – нових слів і виразів у текстах мас-медіа Кам'янця-Подільського дасть, на нашу думку, змогу показати, з одного боку, єдність тенденцій у розвитку сучасної української літературної мови, її соборність, з другого – виявити регіональні особливості, авторські пошуки місцевих журналістів чи, навпаки, їхні невдачі у слововжитку.

На сторінках газет м. Кам'янця-Подільського, в інтернетних виданнях останнім часом, а особливо з початком війни (2014 р.) росії проти України та після повномасштабного вторгнення на територію нашої держави, вживається дуже багато нових слів і фразеологізмів, серед них – на позначення образу ворога. Серед новотворів

є чимало слів-фемінітивів, що пов'язуємо з ухваленням нової редакції українського правопису 2019 року, а також слів іншомовного походження, передусім англіцизмів (тенденцію спостерігають із кінця минулого століття), тому саме мова мас-медіа стає об'єктом дослідження у виявленні нових процесів у сфері лексики та фразеології, вона є своєрідним дзеркалом сучасної літературної мови. Безперечно, нові лексичні одиниці посилюють сприйняття журналістський текст, надають йому колоритності, експресивності, емоційної забарвленості, але так само можуть і шкодити та не сприйматися певним колом людей, для яких такі слова є незрозумілими чи малозрозумілими та, зрештою, і неукраїнськими.

Актуальність теми зумовлена недостатньою увагою до вивчення лінгвістичних аспектів мас-медіа м. Кам'янця-Подільського, зокрема останніх років, що спричинили кардинальні зміни в житті України загалом, своєрідності розвитку регіону. Такі важливі чинники, як децентралізація, увага до проблем розвитку місцевого самоврядування, його правового забезпечення, вивчення історії краю, відродження його традицій, участь мешканців м. Кам'янця-Подільського в АТО, а згодом у російсько-українській війні зумовили посилену увагу до всебічного вивчення життя регіону, зокрема такої важливої соціальної сфери, як засоби масової інформації.

Вивчення процесів неологізації медіалексики є актуальним, оскільки неологізми охоплюють усі сфери життя і найповніше відображаються у ЗМІ. Якраз лексика засобів масової інформації найдинамічніше віддзеркалює словниковий склад мови, на розвиток якого великий вплив має позамовна дійсність. Аналіз інноваційних процесів сучасного тексту мас-медіа на лексичному рівні дає змогу простежити основні тенденції в оновленні лексики ЗМІ, показати зв'язок неологізмів із тематикою та жанрово-стильовими особливостями текстів, де функціонують аналізовані слова та фразеологізми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мас-медіа є одним із найдинамічніших підстилів публіцистичного стилю: у них досить помітно й на відносно короткому часовому відрізку засвідчено зміни, що відбуваються в суспільстві. Саме через це мова ЗМІ привертає увагу дослідників із часу їхнього виникнення. Інтенсивні дослідження публіцистичного стилю розпочалися з 60-х років ХХ ст., а на початку ХХІ ст. вони настільки активізувалися, що можемо говорити про новий напрям у вивченні публіцистики – медіалінгвістику.

Серед важливих передумов виникнення медіалінгвістики, на думку вчених, є стрімке зростання інформаційно-комунікаційних технологій, створення глобальної мережі медіакомунікації, формування та розвиток єдиного інформаційного простору, становлення та наукове осмислення поняття «мова засобів масової інформації», визначення його функціонально-стилістичних особливостей та внутрішньої структури тощо. Так, монографію «Лексика українських масмедіа» [15] за ред. М. Навальної присвячено комплексному аналізу лексики в мові сучасних українських масмедіа. Висвітлено основні динамічні процеси в лексико-семантичній системі української мови, зокрема наголошено на дифузних процесах у лексиці.

О. Стишов у своїй монографії [18] та низці статей [19; 20; 21; 22] розглядає динамічні процеси української лексики. Дослідник виявив та проаналізував джерела поповнення та головні тенденції розвитку лексичного складу сучасної української мови, зокрема й на матеріалі мас-медіа, що є дієвими у наш час – націоналізація, інтернаціоналізація, окниження, пуризація, орозмовлення, антропоцентризм, фемінізація та ін.

Варто виокремити ще декілька праць, присвячених мові мас-медіа. У статті «Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації» Л. Шевченко в категоріях і поняттях сучасної медіалінгвістики розглядає ситуацію становлення наукового напрямку в Україні. [23]. У праці «Динаміка запозичених лексем із першою частиною відео в медіатекстах ХХІ ст.: семантика та проблема кодифікації» Н. Костусяк аналізує дібрані із засобів масової інформації початку ХХІ ст. складні запозичення з першим компонентом відео-, які не зафіксовані у словниках української мови [13].

У монографії «Медійна фразеологія в інформаційному просторі сучасної України: лінгвостилістичний та комунікативно-функціональний ресурс» Д. Сизонов доводить, що медійний простір насичується фразеологією для реалізації ключових функцій ЗМІ – впливу, інформування, експресії, оцінності та ін. На думку автора, найпродуктивнішою функцією є маніпулятивна [17].

Мета роботи – виявити й проаналізувати неологізми мови мас-медіа Кам'янеччини, зокрема з'ясувати семантику й етимологію нових лексичних і фразеологічних одиниць у медіатексті; описати особливості функціонування нововведень у мові ЗМІ досліджуваного регіону останніх років.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- виявити й охарактеризувати склад нових слів та фразеологізмів на матеріалах ЗМІ останніх років м. Кам'янця-Подільського;

- визначити екстралінгвальні чинники, що зумовлюють процес лексичної неологізації мови засобів масової інформації;

- дослідити семантику, етимологію та стилістичні функції неологізмів у мові засобів масової інформації м. Кам'янця-Подільського.

Об'єктом дослідження обрано мову електронного видання газети «Подільнянин» м. Кам'янець-Подільський. **Предмет дослідження** – слова та фразеологізми на позначення нових реалій суспільно-політичного і культурного життя, що останнім часом ввійшли в активне писемне мовлення журналістів досліджуваного регіону під впливом внутрішньомовних та позамовних чинників і функціонування яких у мові ЗМІ відображає нові явища.

Методи дослідження. Основним методом у роботі є *описовий*, який використано для інвентаризації та опису зафіксованих одиниць. Нові слова та фразеологізми аналізуємо, керуючись *методологічним принципом*, який полягає в тому, що мову слід вивчати у зв'язках з іншими явищами дійсності, з характером і структурою суспільства загалом. У роботі застосовано й *метод спостереження*, який дає змогу виявляти в мовленні журналістів регіону лексеми та фразеологізми, що стали предметом аналізу.

Виклад основного матеріалу. Лексика української мови, особливо в останні десятиліття, активно поповнюється новотворами. Цьому сприяє вплив зовнішніх чинників, які вимагають назв для нових предметів, понять, явищ, дій, потребують для них нового означення, а поширенню того чи того нового слова значною мірою забезпечують ЗМІ. Саме зовнішні чинники зумовлюють потребу в новому.

Зміни політичного устрою держави, економічні умови життя людей, стрімкий науково-технічний прогрес, культурні зміни і потреби особистості, російсько-українська війна, а також глобальна інтеграція та уніфікація інформаційного простору – це чинники входження новотворів у медіатекст.

Мова засобів масової інформації розмаїта за суспільно-політичною, економічною, культурно-освітньою, професійною спрямованістю. Багатофункціональність новітніх мас-медіа вимагає від них гнучкості, спрямованості на велику аудиторію читачів, слухачів, глядачів – універсалізації, та, за словами О. Стишова, «постійного розвитку світової та української спільноти – оновлення арсеналу номінативних та експресивних засобів» [21, с. 34].

Неологізми як мовне явище неодноразово були предметом зацікавлень мовознавців. Досліджуючи проблеми неологізації, українські мовознавці М. Навальна [16], О. Стишов [18],

С. Гриценко [2], Є. Карпіловська [5], Н. Клименко [6], Н. Костусяк [13], Ж. Колоїз [10], Н. Кондратенко [12] та ін.кладають у поняття «неологізм» різний зміст. Наприклад, О. Стишов, Д. Мазурик, І. Самойлова до неологізмів зараховують лексико-семантичні одиниці, які позначені стилістичним «відбитком свіжості». На цьому свого часу наголошували дослідники, які стверджували, що нове слово є неологізмом лише доти, доки мовець усвідомлює його предметно-логічну новизну або стилістичну своєрідність. Інші мовознавці, зокрема В. Коломієць, свого часу наголошував, що зміст цього поняття ширший: «воно охоплює всі нові явища в царині лексики або лексичної семантики, які виникли протягом певного, заздалегідь визначеного періоду, незалежно від того, чи відчувається в них стилістичний відтінок свіжості та незвичності, чи він уже стерся, чи, може, не відчувався навіть у момент самої появи неологізму» [11, с. 9].

Поняття неологізму зводиться до двох формулювань: 1) «неологізми – це слова або мовні звороти, створені для позначення нового предмета, явища чи вираження нового поняття» [3, с. 17] та 2) «неологізми – слово, а також його окреме значення, вислів, які з'явилися у мові на даному етапі її розвитку і новизна яких усвідомлюється мовцями (загальноновживані неологізми) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора» [23, с. 408–409].

Серед лексем-неологізмів, що постійно поповнюють нашу мову, можна виділити декілька їх різновидів, а саме:

– *новотвори* – відомі морфеми виступають у незвичних поєднаннях, утворюючи слова із зовсім новими значеннями: *етнополітика, правоцентристський, деолігархізація, деокупація*;

– *власне неологізми* – слова з рисами абсолютної новизни як форми, так і змісту: *брифінг, коаліція, омбудсмен*;

– *семантичні неологізми* – вже наявна в мові лексема, яка розвиває нове значення: *нормандська четвірка, стратегічна сімка, політичний притулок*;

– *текстові інновації* – пов'язані з усвідомленням соціально-політичних процесів, що відбуваються у світі, але не мають статусу потенційно кодифікованих: *коаліціант, опоблоківці, кнопкодавство*;

– *оказіоналізми* – слова, що утворюються за наявними в мові моделями, але не вживаються в загальноновживаному словнику (авторські неологізми): *україноментальність, олігархіада, золотобатонник* [1, с. 14].

Поява та функціонування інноваційної лексики зумовлені історично, оскільки неологізм вважається новим словом лише до того часу, поки він стає загальноприйнятим і починає часто використовуватися значною кількістю мовців. Донедавна такі слова як *блог, булінг, вебсайт* та ін. були неологізмами, але сьогодні їх активно вживають в офіційно-діловому стилі, фіксують словники, мовці сприймають як загальноновживані інтернаціоналізми, тобто набувають статусу загальноновживаних.

У своїй праці під поняттям «неологізм» ми розуміємо слова, словосполучення, окремі фразеологізми, що з'явилися на певному етапі розвитку мови (як правило останнє десятиліття) для позначення нових реалій і понять, а також okazіоналізми (індивідуально-авторські інновації), які використовувалися одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції тощо і не зафіксовані в словниках української мови.

Неологізми, виявлені в періодичних виданнях м. Кам'янця-Подільського, зокрема в газеті «Подільнянин», можемо поділити на такі тематичні групи:

1. Лексеми на позначення осіб, явищ і процесів, пов'язаних з подіями в Україні: *Євромайдан, євромайданівець, автомайдан, антимайдан, самооборонівці, карусель* (метод фальсифікації виборів), *тітушки* (найманці для застосування фізичної сили), *релокація*: «**Як відомо, заклад було релоковано до Кам'янця-Подільського після початку повномасштабного вторгнення**» (<https://podolyanin.com.ua/education/69891/>); «*Заяви до поліції, тітушки біля міської ТБК, ймовірні спроби запустити «карусель», підрахунок результатів при вимкненому світлі, скандали на ділянках, погрози одному з кандидатів у мери, – так проводилися місцеві вибори–2020 у Кам'янці-Подільському та районі*» (<https://podolyanin.com.ua/politics/47874/>).

У межах цієї лексико-семантичної групи можемо виділити окремо лексеми, які з'явилися (активізувалися) у нашій мові з початком російсько-української та після повномасштабного вторгнення росіян в Україну: *айдарівці, АТОшники, дрон-безпілотник, FPV-камікадзе, русня, БПЛА, оркостан* тощо, наприклад: «*Пріоритетні напрямки БЗВП – це тактична, вогнева, домедична, інженерна, розвідувальна підготовка, робота із БПЛА, РЕБ, основи кібербезпеки, а також психологічна допомога*» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/73274/>); «*Поява безпілотників на полі бою змусила підкорегувати способи маскування позицій, аби захиститися від*

дронів-бомбардувальників та FPV-камікадзе» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/73274/>); «Лише через рік, у рамках обміну «один на один», мене визволили, обмінявши на генерала, який працював на **русню**» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/73186/>); «Під час **АТО** на сході України підписав контракт (із червня 2016 р. по червень 2019-го). Брав участь безпосередньо в бойових діях у Луганській і Донецькій областях» (<https://podolyanin.com.ua/news/73171/>); «Депутати ухвалили рішення щодо виділення понад 12,5 млн грн на придбання 7 квартир для учасників бойових дій з інвалідністю з-поміж мешканців громади та **ВПО**» (<https://podolyanin.com.ua/news/73335/>); «А найслабшими санкціями обійшлися у великому тенісі, де для **рашистів** не вводили жодних обмежень, крім формального позбавлення прапора» (<https://podolyanin.com.ua/sport/64039/>); «**Співрозмовниця** зазначає, що, в разі поступового повернення спортсменів із «країн 404», дієвим інструментом боротьби проти них може стати саме доказова база, опублікована на сайті **tribuna.com**» (<https://podolyanin.com.ua/sport/64039/>).

2. Номінація людей за родом діяльності та занять: **селебретіс, хакер, кіберзлочинець, піар-менеджер, можновладець**: «Тому для забезпечення потреб сучасного ринку праці кваліфікованими кадрами планується розширити перелік професій **бармен, бариста, сушіст, піцайола**» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/69556/>); «**Хакери** ламали нам телефони, боти атакують соцмережі...» (<https://podolyanin.com.ua/celebrities/66652/>).

3. Слова, що позначають реалії зі сфери торгівлі, промисловості, туризму, банківської справи та обслуговування: **дестинація, кешбек, трастовик, шопінг**: «**15-тисячні Дунайці (відомі з 1403 року)** мало хто розглядає як туристичну дестинацію. Автомобілі минають їх по **об'їзній**» (<https://podolyanin.com.ua/history/73160/>); «Клієнти зможуть звернутися у відділення банку для написання заяв, для зарахування коштів. І при необхідності зможуть замовити фізичну карту «Національний **кешбек**»» (<https://podolyanin.com.ua/news/73340/>); «**І це була підтримка наших олімпійців, збір донатів для ЗСУ, а також змістовне дозвілля для мешканців і гостей перлини Поділля**» (<https://podolyanin.com.ua/sport/71881/>); «Для створення майстерні, а це буде «Освітньо-кулінарний **хаб**», у нас є дуже класний майданчик – учнівський готельно-туристичний центр на базі нашого навчального закладу (колишнє 15-те училище) на вулиці Героїв Небесної Сотні, 43» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/69556/>);

«Ліміти щодо доходів для **«єдинників»** (тих, хто сплачує єдиний податок – П.Д.) теж поки не змінилися» (<https://podolyanin.com.ua/ekonomika/41562/>).

4. Слова, пов'язані з розвитком технологій та науково-технічним прогресом: **селфі, Інтернет-банк, електронка** (електронна пошта), **ековідео**: «На перехресті вулиць Шевченка та Соборної комунальники облаштували **чокер**, який штучно обмежує ширину проїжджої частини, підвищує оглядовість і змушує водіїв зменшувати швидкість перед пішохідним переходом» (<https://podolyanin.com.ua/news/71551/>); «Сподіваюсь, що під час чемпіонату побачимо на **стрімінгових** платформах і знайомі обличчя гравців «Поділля»» (<https://podolyanin.com.ua/sport/72525/>); «35-річна жителька одного із сіл міської громади познайомилася в **соцмережах** з іноземцем. Поспілкувавшись деякий час у **месенджері**, новий знайомий повідомив жінці, що хоче надіслати їй подарунки» (<https://podolyanin.com.ua/pravoporiadok/73324/>).

5. Номінація понять зі сфери медицини: **батокс, канабіс, філери**: «У випадку з **канабісом** ідеться про роки, тому головне правило введення марихуани в медицину – міра і обмеження» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/69694/>);

6. Назви, пов'язані зі спортом: «Утім, зважаючи на різну біомеханіку людей і тварин, такі фізичні вправи загрожують підвищенням ризиком травм та ушкоджень, як-от під час занять **паркур**ом чи **скейтбординг**ом» (<https://podolyanin.com.ua/sport/72493/>); «Будучи присутнім на матчі, відчував сумніви не тільки з приводу того, чи варто очікувати від гри якогось спеціального **драйву**, але й просто було під запитанням, чи «пенсіонери-дідугани» взагалі вийдуть на поле» (<https://podolyanin.com.ua/sport/72075/>); «А далі, відповідно до графіка, гра за грою – **диск-гольф, кросмінтон, дартс, капстекінг, «Абалон», «Блокс», «Рубікс Рейс» тощо...**» (<https://podolyanin.com.ua/sport/71881/>); «Проте є види спорту, для яких «не все так однозначно». Зокрема, в командних видах під **бан** потрапили лише клуби і збірні рф та рб» (<https://podolyanin.com.ua/sport/64039/>).

7. Номінації державних нововведень: «Відновлення, єДопомога, наприклад: «Розгорнуто роботу комісії щодо надання грошової компенсації від держави на відновлення пошкодженого майна через послугу «**єВідновлення**», також розглядається можливість виділення субвенцій з обласного бюджету » (<https://podolyanin.com.ua/news/64496/>).

8. Номінації явищ світового значення: *корона-вірус, ковід* тощо, наприклад: «Психологи вважають, що причин зацікавлення дітей **квадробікою** може бути багато: цікавість та дослідження світу, необхідність зняти напругу та тривожність, пошук опори тощо» (<https://podolyanin.com.ua/sport/72493/>); «А також здійснили **плогінг** (шведський вид дозвілля – поєднання бігу з прибиранням сміття), на дистанції над каньйоном, найнижчою стежиною здоров'я – від Новопланівського мосту до панорами на Руських фільварках, зібравши сміття із рухом “Прибери в горах”». (<https://podolyanin.com.ua/sport/71881/>).

9. Окремо слід виокремити новітні фемінітиви, що з'явилися у мові мас-медіа. У пересічних громадян України склалася думка, що використання фемінітивів – слів, що позначають жінок за різноманітними характеристиками, як-от: роль у родині, національність, професія, посада, сфера діяльності тощо, затвердив український правопис 2019 року. Однак це хибна думка. Прочитуємо мовний кодекс: «За допомогою суфіксів -к(-а), -иц(-я), -ин(-я), -ес(-а) та ін. від іменників чоловічого роду утворюємо іменники на означення осіб жіночої статі. Найуживанішим є суфікс -к(-а), бо він поєднуваний із різними типами основ: *дизайнерка, директорка, редакторка, співачка, студентка, фігуристка* та ін. Суфікс -иц(-я) приєднуємо до основ на -ник: *верстальниця, набірниця, поради́нця* та -ень: *уче́ння*. Суфікс -ин(-я) сполучаємо з основами на -ець: *кравчи́ня, плавчи́ня, продавчи́ня* і приголосний: *бойки́ня, майстри́ня, лемки́ня*. Суфікс -ес(-а) рідковживаний в українській мові: *дияконéса, патронéса, поетéса*» [УП, с. 39–40]. Але хіба наведені для прикладів слова не існували у нашій мові раніше і не фіксувалися словниками? Існували і фіксувалися лексикографами здавна. В українській мові фемінітиви мають дуже давню історію. Найперші утворились у період так званої праїндоевропейської єдності: *баба, мати, вдова*. У літописах, окрім слова *князь* зафіксовано й фемінітив *княгиня*. Назви для позначення жінок є і в староукраїнських пам'ятках XVI–XVIII століть. Спершу це була лише сфера родинного й домашнього побуту. Згодом, коли жінка отримала майнові права, це також відобразилось у писемних пам'ятках. Наведемо приклади фемінітивів у словниках: *видьма, колдунья, волишебница, знахирка, босирка, чаровниця* (СБН, с. 76), *байстрюк – байстрючка* (СМНА, с. 5), *актор – акторка* (СУМБГ I, с. 6), *ученик – учениця* (СУІС, с. 1075). Фіксують фемінітиви й словники середини – кінця XX ст. та поч. XXI ст. Серед фемі-

ної лексики, яку ми фіксуємо у мові мас-медіа, є такі, що 1) зафіксовані словниками без будь-яких ремарок і є загальноновживаними; 2) зафіксовані з певними ремарками; 3) поки не фіксуються словниками, наприклад: «**Директорка** *ліцею Наталія Осадчук звернулася із проханням організувати команди, аби спробувати власні сили*» (<https://podolyanin.com.ua/education/68100/>). *Директорка* – розм. Жін. до директор [СУМ II, с. 282]; «**Вона – захисниця для дитячих розумів і воїнських сердець. Педагогиня, волонтерка, дружина, мама, подруга, наставниця, жінка, яка віддала частину свого життя освіті та допомогла іншим. Це вчителька української мови та літератури Кам'янець-Подільського ліцею Людмила Пристай**» (<https://podolyanin.com.ua/education/66580/>) *Захисниця* – жін. до захисник [СУМ III, с. 379], *наставниця* – жін. до наставник [СУМ V, с. 198]; «*Довелося адаптуватися, стати психологинею, навчитися підлаштовуватися і розуміти з напівпогляду*» (<https://podolyanin.com.ua/education/66580/>); «*Мій Андрій – історик, до того ж набагато крутіший історик, ніж я філологиня, і я в цьому впевнена на 100%*» (<https://podolyanin.com.ua/education/66580/>). Таких слів, як *волонтерка, психологиня, філологиня*, у тлумачних словниках української мови поки немає. Щоб призвичаїтися до змін, носіям мови теж потрібен час. Українська мова жива й активно розвивається, поповнюючись новотворами. Є багато галузей, у яких працюють більше жінок ніж раніше. І мова шукає ті слова, які би їх називали, наприклад: *дизайнерка, науковиця, фотографиня (фотографка), президентка*. Отже, звучить / не звучить, сприймається / не сприймається – питання практики і часу.

В окрему групу можемо виділити новітні фразеологізми, зокрема й трансформовані, які ми фіксуємо в місцевих ЗМІ. У зв'язку з екстралінгвальним фактором російсько-української війни в медійному просторі домінантними стали фразеологізми типу *закидати коктейлями Молотова* (у значенні ‘оборонятися’), *купити чорний мішок* (‘підготуватися до смерті’), *піти / послати за «руссієм» кораблем* (‘бути знищеним’), *відправити на концерт Кобзона* (‘убити’) та ін., наприклад: «Часто інженерам доводиться виконувати завдання під шквальним обстрілом, ризикуючи життям, однак ніхто не відступає, навпаки, підкидають ще більше «сюрпризів», аби на концерт до Кобзона вирушили чимало окупантів» (<https://podolyanin.com.ua/news/61682/>); «*Поки «спецоперація» відбувалася успішно, а окупаційні війська мріяли про «Київ за три дні»,*

вони робили «патріотичні» заяви та намагалися бути якомога ближче до путіна» (<https://podolyanin.com.ua/sport/64039/>). Зауважимо, що неологізми, тобто такі, які не зафіксовані словниками, можуть стосуватися не лише воєнної тематики: *«Скажемо відверто, що наша героїня не народилася, як кажуть, зі срібною ложечкою в роті: батьків практично не пам'ятає, в родині дідуся і бабусі жила недовго, після смерті голови сімейства зростала в інтернаті. Ось там її і знайшла чудова людина й тренер Майя Михайлівна Топольницька (нині покійна). Це вона «підсадила» дівчинку на баскетбольну «голку», а згодом влаштувала до Київського спортінтернату олімпійського резерву»* (<https://podolyanin.com.ua/celebrities/73204/>); *«Власне нова програма значно збільшила роль колективної підготовки. Бійці працюють у складі малих груп, вчать діяти злагоджено та ефективно. «Один у полі не воїн, а разом ми – сила», – таке гасло звучить під час занять»* (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/73274/>); *«Якщо порівнювати Англію з тією, що була у фіналі минулого Євро, або виходила у півфінал ЧС-2018, то зміни складу видно неозброєним оком»* (<https://podolyanin.com.ua/sport/70715/>); *«Серед основних вимог до освіти реального часу – безпека навчання. Школа може бути «повний фарш», але без укриття, на випадок тривоги, до неї вхід заборонено»* (<https://podolyanin.com.ua/news/71930/>); *«Щиро кажучи, був шок. На жаль, 28 березня МОК фактично дав зелене світло на повернення росіян і білорусів у спорт»* (<https://podolyanin.com.ua/sport/64039/>).

Аналіз фактичного матеріалу дозволив виокремити декілька основних стилістичних функцій неологізмів у текстах газети «Подільнянин»:

1. Номінативно-експресивну – автор, називаючи нове поняття, транслює власне ставлення, моделюючи в такий спосіб рецепцію: *«... народ, опираючись на життєві кумедні ситуації, створює і занотовує воєнні анекдоти, народжує дотепні мему»* (<https://podolyanin.com.ua/culture/57493/>). Дуже популярними в медіа-контенті є різноманітні запозичення з інтернетного простору, де значення нового слова має ще й символічний характер, містить візуалізацію, справляючи відповідне враження на реципієнта.

2. Емотивно-оцінну – адресант за допомогою неологізму передає свої емоції та ставлення до повідомлюваного: *русня, орки, рашисти, 'руський мір'* тощо. Зазначимо, що термін *рашизм* походить від поєднання англійського слова *russia* («раша») зі словом «фашизм» та віддзеркалює

ідеологію путінської росії й небачені звірства, що принесла на нашу землю армія загарбників [7, с. 44]. Лексема *рашизм* активно вживається як у побутовому мовленні, так і в засобах масової інформації, зокрема й місцевих мас-медіа, наприклад: *«Пізніше у штабі дізналися, що російський БТР залетів, але підірвався на мінах, за ним – ще один. Із техніки висипалися рашисти, і наші дали їм прикурити»* (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/72628/>), *«Проте ворога необхідно розуміти. А особливо в часи великої війни. Одним із тих українців, хто намагається віднайти сенс у рашистських головах, є журналіст, директор Українського інституту майбутнього Вадим Денисенко»* (<https://podolyanin.com.ua/politics/65047/>). Активно побутує в мові ЗМІ й слово *орки*. Таке прізвисько український народ дав російським окупантам, запозичивши слово з книги Дж. Толкіна «Володар перснів». У його розумінні орки – це темні створіння, уособлення зла. Цей варварський народ підкоряється Темному Володарю і становить основу його збройних сил. Їхнє військо підкорювало не силою, а кількістю. Орки мали дуже низький інтелект і не звикли жити в комфорті [7, с. 44]: *«Люди розповіли, що орки брали цивільних у полон, вбивали»* (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/67279/>). Із початком повномасштабного вторгнення активізувалася словосполучка *«руський мір»*. На думку українців, *«руський мір»* не цінує інфраструктуру, культуру, освіту, не визнає кордонів незалежної України, її права на окремішнє існування, він несе лише горе, бідність та руйнування: *«А в сучасній росії 99% населення живуть в реальності «руського міра». Просто є легкий варіант навалного та важкий – пригожина чи патрушева»* (<https://podolyanin.com.ua/politics/65047/>). Емотивно-оцінну функцію виконують різноманітні неологізми-словосполучення, які фактично є перифразами: *токсичний альянс, неконтрольована територія, сіра зона, зона ООС*.

3. Субститивну – заміна доречного в певному контексті й наявного в українській мові слова неологізмом іншомовного походження з метою увиразнення мовлення та впливу на читача: *«Фактично ми є тією бронею, об яку вдружки розбивається російська пропаганда, фейки та брехливі меседжі»* (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/68883/>). *Меседж* (з англ. *message*) – повідомлення, завуальоване повідомлення, іронія, звернення, попередження, сигнал, короткий зміст чогось, послання. Термін *меседж* в українському політичному лексиконі доволі новий; *фейк* (з англ. *fake*) – це подання фактів у спотво-

реному вигляді або подання свідомо неправдивої інформації. Окрім того фейк – це спосіб маніпуляції свідомістю шляхом надання неповної інформації, спотворення контексту, частини інформації з метою підштовхнути аудиторію до дій чи думок, які потрібні маніпулятору.

4. Характерологічну функцію виконують неологізми, які характеризують явища, осіб, сюди ж зараховуємо неологізми прикладкового типу (*кандидат-шоумен, військовослужбовці-жінки, блогер-неоподатківець* тощо): **«Уже понад місяць, як усі ми гуртом б'ємо москалів, які, немов щури, нахабно лізуть на українську землю, виконуючи найбезглуздіший наказ свого психічнохворого головнокомандувача-карлика»** (<https://podolyanin.com.ua/culture/57493/>).

5. Інтегративну, коли неологізм є питомою складовою контексту, інтегрує цей контекст у семантичну єдність, належить до безеквівалентної лексики і може бути замінений лише описово: **«На створення *стартапу* Ірину наштотувала сумна історія. Взимку вона врятувала маленьке цуценя, яке мало не загинуло від холоду...»** (<https://podolyanin.com.ua/culture/11553/>). *Стартап* (англ. startup) – новий комерційний проєкт. **«Ще один спосіб – обприскати дерева настоями часнику, цитрусових, хвої. Головний недолік цього *лайфхака* – він діятиме до першого сильного дощу»** (<https://podolyanin.com.ua/porady/70469/>). *Лайфхак* (від англ. lifehacking) – корисна порада.

6. Соціально-комунікативну, у якій неологічна лексика є способом комунікації з певною соціальною групою людей або ж наявна екстраполяція нових слів певної соціальної групи на широкий загал. Так, наприклад, деякі військові професіоналізми стали нормою в сучасних українських ЗМІ, зокрема й у газеті «Подільнин»: *зеленка, оборонка, передок, дашка* (кулемет ДШК): **«Там узагалі трохи проблематично було з наступом. Бо Херсонська область – степ, і «зеленка» там**

лише по периметру полів. Але ж то заміноване поле треба було якось пройти» (<https://podolyanin.com.ua/suspilstvo/67279/>).

Висновки. Лексичні інновації активно увійшли в наше життя: в побут, інформаційний простір, літературу. Неологічна лексика та фразеологія стали об'єктом фіксації та вивчення у нашій країні, видають спеціальні словники, які відбивають зміни в лексичному складі національної мови. Для вивчення таких змін дослідники переважно використовують тексти ЗМІ.

Однією з основних сфер, у яких можна спостерігати лексичні новотвори, є газетні тексти. У періодиці м. Кам'янця-Подільського, зокрема в газеті «Подільнин», трапляються такі семантичні групи лексичних інновацій: 1) номінації, що мають безпосередній стосунок до російсько-української війни; 2) назви людей за родом діяльності та занять; 3) слова на позначення реалій зі сфери торгівлі, промисловості та обслуговування; 4) лексеми, пов'язані з розвитком технологій та науково-технічним прогресом; 5) назви понять зі сфери медицини; 6) номінації на позначення державних нововведень; 7) назви явищ світового значення та ін. Вони відіграють важливу роль в описі подій, що відбуваються в соціумі, віддзеркалюють сучасні потреби суспільства, нові факти життя, ідеї, тренди, концепції.

Поява в сучасній українській мові значної кількості лексичних та фразеологічних новотворів – цілком закономірне явище. Будь-який семантичний неологізм, як і неологізм узагалі, на момент свого виникнення є okazіональним, продуктом індивідуально-авторської мовотворчості, що з'явився в умовах конкретної ситуації. Подальша доля неологізму залежить від прийняття / неприйняття його носіями мови. Сфера сучасних українських періодичних видань засвідчує: мова живе, еволюціонує, і завдання небайдужих до її долі журналістів дбати, щоб мова залишалася собою – зберігала свої генетико-типологічні риси.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ:

ЗМІ – засоби масової інформації

СБН – Білецький-Носенко П. П. Словник української мови; підгот. до вид. В. В. Німчук; АН УРСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ: Наук. думка, 1966. 421 с.

СМНА – Афанасьєв-Чужбинський А. Словарь малорусского нарѣчія, составленный А. Афанасьевымъ-Чужбинским. *Известия Академии наук по отделению русского языка и словесности*. Санкт-Петербург, 1855. Т. IV. С. 1–176.

СУІС – Словарь Росийсько-український. Зібрали і впорядкували М. Уманець і А. Спілка. Додадок до «Зорі» 1893 року. Берлін, 1924.

СУМ – Словник української мови / за заг. ред. І. К. Білодіда. Київ: Наук. думка, 1970–1980. Т. I–XI.

СУМБГ – Словарь української мови [упорядкував з додатками власного матеріалу Борис Грінченко]: у 4-х т. Київ, 1907–1909.

УП – Український правопис. Київ: Науково-виробниче підприємство «Видавництво “Наукова думка” НАН України, 2019. 391 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вакулович Л. Л. Особливості функціонування неологізмів в умовах євроінтеграції. *Вчені записки ТНУ імені Вернадського. Серія: Філософія, журналістика*. Київ, 2022. Т. 33 (72). № 5. Ч. 1. С. 13–18.
2. Гриценко С. Мовні інновації російсько-української війни 2022 року. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. Київ, 2022 2 (32). С. 3–13.
3. Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Тодор О. Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С. Я. Єрмоленко. Київ: Либідь, 2001. 224 с.
4. Івановський В. В. Телерадіопростір України: проблеми та перспективи на шляху до інформаційного суспільства. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*. Житомир, 2007. Вип. 31. С. 16–20.
5. Карпіловська Є. А. Вплив інновацій на стабільність мовної системи: регулятори системної рівноваги. *Мовознавство*. 2008. № 2–3. С. 148–158.
6. Клименко Н. Новотворення чи мавпування? *Урок української*. 2004. № 10. С. 23–25.
7. Коваленко Б. Вторинна номінація як засіб створення образу ворога (на матеріалі онлайн-ресурсу). *Філологічний часопис*. Умань, 2024. Вип. 2 (24). С. 36–49.
8. Коваленко Б. О. Стилистично-знижена лексика в мові сучасної української публіцистики: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. / Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ, 2003. 19 с.
9. Коваленко Б. О. Стилистично-знижена лексика в мові сучасної української публіцистики: монографія. Кам'янець-Подільський: ПП Буйницький О. А., 2010. 160 с.
10. Колоїз Ж. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму. *Філологічні студії*. 2008. Вип. 1. С. 27–35.
11. Коломієць В. Т. Словотвір неологізмів у слов'янських мовах. *Мовознавство*. 1973. №2. С. 3–19.
12. Кондратенко Н. В. Неологізми в сучасному українському політичному дискурсі: семантико-словотвірний аспект. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. Кам'янець-Подільський, 2014. Вип. 37. С. 151–156.
13. Костусяк Н. М. Динаміка запозичених лексем із першою частиною відео в медіатекстах ХХІ ст.: семантика та проблема кодифікації. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31 (70). №2. Ч. 1. 2020. С. 18–25.
14. Левченко Т. М., Чубань Т. В., Шинкар Т. С. Лексичні інновації в мові українських ЗМІ. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Т. 35(74) № 2. Ч. 1. 2024. С. 39–45.
15. Лексика українських масмедіа: монографія / за ред. Марини Навальної. Переяслав-Хмельницький: «Видавництво К С В», 2019. 188 с.
16. Навальна М. І. Динаміка лексикону української періодики початку ХХІ ст. : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. 328 с.
17. Сизонов Д. Ю. Медійна фразеологія в інформаційному просторі сучасної України: лінгвостилістичний та комунікативно-функціональний ресурс: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.01 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2024. 439 с.
18. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації): монографія. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2003. 388 с.
19. Стишов О. А. Відфраземні деривати-неологізми в сучасній українській мові. *Мовознавство*. 1990. №2. С. 3–11.
20. Стишов О. А. Жаргонні фразеологізми в масмедійному дискурсі ХХІ сторіччя. *Лінгвістика*. Полтава: ДЗ "ЛНУ імені Тараса Шевченка", 2024. №1 (49). С. 64–72.
21. Стишов О. А. Неосеманти в сучасному українськомовному інтернет-дискурсі. *Studia linguistica*. 2022. Вип. 21. С. 41–56.
22. Стишов О. А. Розвиток лексики української мови в ХХІ сторіччі. *Лінгвістичні студії*. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. Вип. 47. С. 114–125.
23. Українська мова: Енциклопедія / редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зеблюк та ін. Київ: Українська енциклопедія, 2004. 752 с.
24. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3–12.

Дата першого надходження рукопису до видання: 23.09.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 30.10.2025

Дата публікації: 28.11.2025