

УДК 811.111'373.43:004

НЕОЛОГІЗМИ-СКОРОЧЕННЯ В АНГЛОМОВНИХ ВЕРСІЯХ МІЖНАРОДНИХ СОЦМЕРЕЖ

Сеньків О.М.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

Летнянка О.І.

Дрогобицьке державне музичне училище імені Василя Барвінського

У статті (на прикладі англомовних версій Facebook, Instagram та Twitter) проаналізовано неологізми, що виникли чи набули поширення в міжнародних соціальних мережах. Схарактеризовано різні підходи до класифікацій неологізмів. Показано, що найпродуктивнішою словотвірною моделлю утворення нових слів у соціальних мережах є скорочення. Встановлено типи лексичних і графічних неологізмів-скорочень. Особлива увага приділена графічним скороченням, зокрема фоноідеограмам.

Ключові слова: неологізми, соціальні мережі, аббревіація, лексичні скорочення, графічні скорочення, фоноідеограми, словотвірні моделі, Facebook, Instagram, Twitter.

Постановка проблеми. Мова – відкрита, динамічна система, яка постійно вдосконалюється, тому лексичний склад багатьох мов постійно оновлюється. Однією з ознак динамічного характеру мови є утворення нових лексичних одиниць – неологізмів [8]. Водночас стрімкий розвиток всесвітньої мережі Інтернет призвів до появи соціальних мереж, котрі займають особливе місце в системі віртуальної комунікації як сервісу зорієнтованого на міжособистісне спілкування інтернет-користувачів [16, с. 5]. Інтернаціональний

характер англійської мови зумовив перетворення таких американських соцмереж як Facebook, Twitter та його додатку Instagram у міжнародні. Користувачі цих мереж створюють і масово популяризують нові слова. Такому процесу вчені дали назву «неологічного буму» [13, с. 68].

Варто зазначити, що важливою умовою для появи нового слова є наявність продуктивних словотвірних моделей. Тому **актуальність** даної розвідки полягає в загальному спрямуванні дослідників визначити та обґрунтувати осно-

вні тенденції в сучасних словотвірних процесах, що спричинені як динамічним розвитком мови в цілому так і швидким розвитком міжнародних соцмереж (Facebook, Instagram, Twitter), що безпосередньо впливає на словниковий склад мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема неології не є новою для лінгвістики, а привертала і надалі привертає увагу багатьох учених. Серед українських лінгвістів, котрі присвятили свої праці дослідженню неологізмів у англійській мові, варто відзначити: Ю. Зацного [12], О. Малярчук [14] та ін. Серед зарубіжних учених, які вивчають цю проблему, слід відзначити праці: К. Антюфєєвої [1], І. Белікової [4], Ю. Несветаило [19], І. Рец [21], Е. Тугуз [23], Daphné Kerremans [32] та інших. Л. Бауер, Р. Лібер, І. Плаг [26] присвятили свої розвідки дослідженню словотвірних процесів у сучасній англійській мові. О. Дзюбіна [10] присвятила свою публікацію питанню лексичних скорочень у сучасній англійській мові, а частково і графічним абривіаціям.

Об'єктом дослідження є англійські лексичні та графічні неологізми-скорочення. **Предметом** – комплексне вивчення процесу утворення англійських неологізмів-скорочень, що функціонують в англомовних версіях міжнародних соцмереж. У ході дослідження виокремлено 300 лексичних та 100 графічних одиниць.

Актуальним завданням сучасного мовознавства є дослідження нових лексичних одиниць. Нова лексика, що вживається у соцмережах, стає активною складовою частиною словників англійської мови, зокрема онлайн-словників, котрі синхронно реагують на трансформації в суспільстві. Це і зумовило обрання теми дослідження.

У даній розвідці ставляться наступні цілі:

- схарактеризувати основні підходи до класифікації неологізмів;
- визначити лінгвістичний статус неологізмів;
- розглянути основні словотвірні способи творення неологізмів в англомовних версіях міжнародних соцмереж;
- проаналізувати словотвірні особливості утворення лексичних скорочень в англомовних версіях міжнародних соціальних мереж;
- виокремити та схарактеризувати графічні неологізми-скорочення у англомовних версіях Twitter, Facebook та його додатку Instagram.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення неологізмів являється одним із найважливіших шляхів збагачення словникового складу мови. За даними Каліфорнійської організації Глобального моніторингу мови (The Global Language Monitor), нове слово в англійській мові у всьому світі з'являється кожні 98 хвилин. Щороку від 800 до 1000 нових слів додаються до словників англійської мови. Редактори третього видання Оксфордського словника англійської мови, який має бути завершеним до 2037 року, стверджують, що швидкість включення нових слів до цього словника сягає близько 4000 слів на рік. У 2014 році до цього ж словника додано більше 2500 нових слів [25].

Отож словниковий склад англійської мови може збільшуватись на тисячі чи навіть десятки тисяч слів на рік. Така кількість неологізмів пояснюється не лише стрімким розвитком суспільства і технологій в ньому, а й наявністю різних варіантів англій-

ської мови (від американського, що включає тисячі слів, відсутніх у базовому – британському варіанті, до китайського варіанту, де багато слів розуміють лише носії мови). Дослідження неологізмів останніх років показують, що збагачення лексичного складу мови відбувається, в основному, за рахунок власних ресурсів мови [15, с. 36].

В наш час англомовне населення щодня утворює нові одиниці мови, за допомогою яких закривають прогалини у назвах нових предметів і явищ. Оскільки соціальні мережі стали важливою складовою нашого щоденного життя, то необхідно розглянути які саме нові одиниці вони внесли. Серед різних верств суспільства молодь найбільше піддалась впливу соціальних мереж, і саме вона стала основним творцем більшості нових слів у всесвітній павутині.

Причинами створення неологізмів являються екстралінгвістичні та внутрішньо лінгвістичні фактори. До екстралінгвістичних факторів можна віднести стан суспільства, зміст суспільної свідомості, рівень суспільних потреб, досягнення у сфері культури, а також в області науки і техніки. Внутрішньолінгвістичні фактори визначаються наявністю величезного мовного потенціалу оновлення мовних засобів. При цьому система словотвірних законів і правил має сильний вплив на творчу діяльність людей, які створюють нові слова. Неологізми повинні не тільки позначати нове явище чи феномен, а й підкорятись законам і правилам певної мови. На сьогодні в англійській мові активно діють закони *аналогії та закон мовної економії а також переважають тенденції до однотипності* [14].

Швидке зростання кількості неологізмів зумовило потребу в їх класифікації. Проблема класифікації неологізмів полягає в тому, що неологізмом вважається слово чи словосполучення, яке було створено недавно, використовується для позначення нового предмета чи явища і є невідомим для більшості людей, хоча і це визначення не є повним.

Більшість авторитетних у цій галузі фахівців визнають актуальними наступні напрямки дослідження: проблема віднесення нового слова до неологізму; необхідність створення особливих словникових статей та позначок, що дозволяють позначати неологізми; нечіткість в стилістичній характеристиці неологізмів, а значить і в питанні про віднесення до неологізмів сленгових одиниць, професіоналізмів, термінів та інших пластів лексики [18, с. 38].

Аналіз наукової літератури виявляє різноманіття думок стосовно трактування терміну *неологізм*, бо у сучасному мовознавстві не існує єдності думок щодо лінгвістичного статусу неологізмів. Виникнення нових слів відбувається з геометричною прогресією, а необхідність їх опису зумовило виникнення *неології* – розділу мовознавства, який займається утворенням неологізмів у сучасних мовних системах [24].

Виникає необхідність дослідження неологізмів, так як дані мовні одиниці досить швидко переходять з пасивного словника в активний. На сьогодні учені-лінгвісти пропонують декілька класифікацій неологізмів з врахуванням різних критеріїв. Головними класифікуючими ознаками є час виникнення неологізмів, спосіб їх появи

(лексичні, семантичні неологізми), цілі утворення неологізмів і їх призначення в мові (номінативні, стилістичні неологізми), тип мовної одиниці (неолоксми, неофрази, неосемми) і ступінь їх новизни (абсолютні, відносні неологізми) [5].

В українських та зарубіжних дослідженнях прийнято класифікувати неологізми за логіко-семантичними ознаками та за способами словотвору.

Є. Розен та М. Степанова пропонують розрізняти три типи неологізмів за шляхом їхнього проникнення у мову: **власне неологізми** – слова, що вперше зафіксовані в мові. Вони володіють новизною форми і новизною значення; **новотвори** – слова, що відзначаються новизною форми. У них відомі вже морфеми виступають у незвичних поєднаннях, утворюючи слова із зовсім новим значенням; **семантичні неологізми** – слова, у яких нове значення передається формою, вже наявною у мові [20, с. 150]. Перші два типи неологізмів являють собою слова, що володіють новою, не зареєстрованою в мові формою, новим звукорядом і новим морфемним складом. При цьому, лише власне неологізми володіють цією рисою абсолютно.

За М. Булавиним неологізми поділяються на: *морфологічні, лексичні та стилістичні*.

Морфологічні неологізми – неологізми створені не на основі існуючих морфем, рідко зустрічаються в англійській мові: Gas, Kodak [7, с. 104-105].

Лексичні неологізми можуть бути створені наступними шляхами: шляхом словотвору на основі вже існуючого мовного матеріалу; в результаті набуття існуючим словом нового значення; шляхом запозичення слова з іншої мови, у деяких випадках, шляхом запозичення слів із діалектів у літературну мову.

Стилістичні неологізми створюються для вираження емоційно-естетичної оцінки існуючих понять. Такі новотвори називають *оказіоналізмами* – це мовленнєві одиниці, які утворюються за стандартними та новими словотвірними моделями, з характерним експресивним забарвленням та індивідуальним характером, які не вважаються неологізмами. Оказіоналізми зазвичай не входять в загальноживану лексику, в цьому і полягає основна відмінність okazіоналізмів та неологізмів.

І. Рец виділяє декілька теорій, що характеризують різні аспекти неологізмів, виділивши *стилістичну, психолінгвістичну, лексикографічну, денотативну, структурну та історичну* теорії, що розкривають мовну сутність даного явища. На її думку, у зарубіжній лінгвістиці домінує лексикографічна теорія нового слова, представлена в дослідженнях Дж. Айто, К.Р. Барнхарта, С.Т. Гріса, А. Меткалфа і Е. Сандерса [21, с. 43]. Прихильники даного напрямку відносять до неологізмів слова, незареєстровані в словниках. Канадський лінгвіст С. Кук пропонує наступні критерії виділення мовних інновацій з метою їх реєстрації в словниках нових слів: 1) відсутність у словникових джерелах; 2) наявність нового значення; 3) узуальний характер (необхідно, щоб одиниця не належала до якоїсь із підмов і перебувала у вживанні не менше 3 років) [27, с. 7]. Всі теорії ґрунтуються на критерії новизни походження або вживання мовної одиниці [21].

Основою типології нових слів служать наступні ознаки: 1) спосіб входження в мову; 2) належність

до мови – мовлення; 3) тривалість існування; 4) походження; 5) сфера використання.

Класифікація за способом входження неологізмів у мову дозволяє виділити наступні категорії неологізмів: 1. **Фонологічні неологізми** створені з окремих звуків. Наприклад, zzz позначає «короткий сон» (найчастіше комікси імітують звуки, що видаються сплячою людиною за допомогою трьох букв zzz). 2. **Морфологічні неологізми** – неологізми, що створюються з морфем за словотвірними моделями, що існують в даній мовній системі. В англійській мові прикладами морфологічних неологізмів, які активно вживаються в англомовних версіях міжнародних соцмереж, можуть служити одиниці: *duckface* (словоскладання, модель іменник + іменник), *digital afterlife* (словоскладання, модель прикметник + іменник). Значна кількість нових слів зобов'язана своєю появою в сучасній англійській мові саме словотвірним процесам. В окрему групу можна віднести слова, що виникли через інформаційне перенавантаження та свідому тимчасову відмову від сучасних технологій, гаджетів та спілкування нон-стоп: *digital detox; phone stack; unplugged wedding; ifinger; dreamathon; textretary; driveste; gloatgram; phablet* [34-36]. Варто зазначити, що серед проаналізованих неологізмів слова-антропоніми є найбільш поширеними (*Facebooknecrologist, Formspring Hero, Facebook Drama Queen*). Доволі поширеними є також слова, пов'язані з непрофесіоналізмом користувачів чи з нав'язливою ідеєю та навіть з одержимістю (*Facebooknecrologist, Formspring Hero, Facebook Drama Queen, Tweethearts – (Twitter + sweetheart)*). 3. **Лексичні неологізми** становлять абсолютну більшість серед мовних новотворів. До даної групи неологічних одиниць відносяться слова, створені за продуктивним моделям деривації або запозичені з інших мов [22]. Наприклад, слово *bahala* на запозичено з філіпінської мови, а *pinja* з японської. 4. **Семантичні неологізми**. До даної категорії відносяться слова, котрі раніше були відомі в літературній мові, але сьогодні отримали нові значення. Поява семантичних неологізмів обумовлена здатністю мовних одиниць здобувати нові лексико-семантичні варіанти і вживатися у різних контекстних умовах. Так, наприклад, слово «troll» – зі значенням «надприродна істота зі скандинавської міфології» у свій час отримало значення «особа, яка провокує емоційну перепалку (найчастіше з переходом на особистості), яка переслідує інших користувачів або (рідше) видає себе за іншу людину». 5. **Фразеологічні неологізми**. До фразеологічних інновацій дослідники відносять нові фразеологічні одиниці, що активно використовують носії мови. Дані одиниці можуть, як позначати нове явище, так і по-новому називати вже відоме. Однак, їх кількість, у порівнянні з неологізмами інших типів, набагато менша. Фразеологічні неологізми відрізняються від неологізмів попередньої категорії своєю синтаксичною формою словосполучення. Так в англійській мові до розряду фразеологічних новацій можна віднести вираз «*learn the ropes*» та словосполучення «*football widow*». 6. **Візуальні неологізми**. В окрему групу можна виділити одиниці, новизна яких виражається в зміні написання при збе-

реженні вихідної фонетичної форми і в деяких випадках значення слова: *terror wrist* «зануда» (*terror* «терор», *wrist* «зап'ястя», за аналогією з *terrorist* «терорист») [21, с. 51-55].

Класифікація за принципом приналежності мови-мовлення дозволяє виділити дві основні категорії: *узуальні* і *неузуальні* неологізми. Узуальні неологізми вживаються у літературній мові. До категорії неузуальних зазвичай відносять індивідуально-авторські оказіоналізми [6].

Класифікація за тривалістю існування дозволяє виділити наступні категорії неологізмів:

а) неологізми за нетривалим існуванням на рівні мова-текст (одноразове вживання). Зазвичай вживаються у газетно-публіцистичному стилі та художніх текстах. Так, наприклад, одна зі статей британської газети *Morning Star* з заголовком «*Yet more old style Toryism*» «старомодний торизм», ілюструє утворення оказіоналізму за допомогою суфіксації. Одиниця *Toryism* «консерватизм», сконструйована за допомогою власної назви *Tory* «Торі – назва англійської політичної партії», а також суфікса – *ism* демонструє іронічне ставлення автора до нововведень партії [21, с. 56-57].

б) неологізми, що закріпилися завдяки традиції слововживання. В англійській мові слово «*latte*» було неологізмом в 1989 р. минулого сторіччя [29]. Однак після багаторазового вживання слово стало частиною літературної англійської мови.

в) неологізми, що використовуються певний час у мові, а потім йдуть з мовного вживання («історизм сучасності»). Деякі неологізми не затримуються в мові, як наприклад, слово «*velocipede*» було замінено на «*bicycle*» [21, с. 57].

Своєрідним феноменом в наш час стали соціальні мережі. У процесі користування ними виникали нові слова, а старі лексичні одиниці набували нових значень. Наприклад, у 2011 році до Оксфордського словника були додані наступні нові лексичні одиниці – *LOL* (*laughing out loud*) та *OMG* (*oh my God*). Раніше до словника були додані такі абривіатури, як *IMHO* (*in my humble opinion*), *TMI* (*too much information*) та *BFF* (*best friends forever*) [33]. Цей факт може служити підтвердженням поширення сленгу користувачів соцмереж за межі інтернет-комунікації.

Важливою умовою для появи нового слова є наявність продуктивних словотвірних моделей. Серед продуктивних моделей словотворення на сучасному етапі розвитку англійської мови виділяють *скорочення* (усічення, абривіатура та телескопія), *афіксацію*, *словотворення*, *конверсію*. До малопродуктивних моделей відносять: *ономатопію* – це утворення слів способом звуконаслідування і переважно прямо пов'язана із істотами чи предметами – джерелами звуку: *twitter*; *редуплікацію* – спосіб словотвору методом повного чи часткового повторення кореня чи основи початкового слова без зміни чи з частковою зміною звукового складу: *riff-raff*, *guy-cry* [23, с. 48-54]. Проаналізовані емпіричні дані свідчать, що скорочення (54% див. Мал. 1.) з його видами є найбільш продуктивним словотвірним способом творення нових слів інтернет-комунікації.

Тенденція до економії мовних зусиль виявляється в компресії слова (злиття двох та більше частин слова в одне при збереженні значення

цілого), котра може виражатись на фонетичному і морфологічному рівнях. Це у свою чергу призводить до появи скорочених слів – абривіацій.

У лінгвістиці традиційно виділяють *лексичні* та *графічні* скорочення (абривіатури). Скориставшись класифікацією абривіацій, розробленою С. Баріною, можна виокремити наступні типи лексичних скорочень у проаналізованих версіях соцмереж [2, с. 10]:

– *складові*: **апокопи** (відсікання кінцевої частини слова) *tab* ← *tablet*, *fro yo* ← *Frozen yogurt*, *glam* ← *glamorous*, *fab* ← *fabulous*; [31]; **афрези** (відсікання початкової частини слова): *blog* ← *Weblog*, *rents* ← *parents*; **змішані скорочення** (відсікання початкової та кінцевої частини): *gratz* ← *congratulations* та **стягування** або **синкопи** (вилучення центральної частини слова, скорочені слова, які зазнають граматичної флексії): *Igers* ← *Instagrammers*.

– *багатоскладові*:

· власне багатоскладові складаються принаймні з двох скорочених складів. У більшості випадків абривіатури цього типу зображуються на письмі як звичайні слова відповідно до правил правопису, що існують в англійській мові, але іноді вони пишуться і великими літерами. Наприклад, *SoLoMo* ← *so* (*cial*) + *lo* (*cal*) + *mo* (*bile*), *MoJo* ← *mo* (*bile*) + *jo* (*urnalism*) or *jo* (*urnalist*).

· зрощення або слова-телескопи. Під телескопією зазвичай розуміють процес, при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів. Наприклад, *celfie* = *celebrity* + *selfie*, *facebrag* = *Facebook* + *bragging*, *footsie* = *foot* + *selfie*, *halfie* = *hair* + *selfie*, *iHunch* = *iPhone* (*iPad*, *iPod*, etc.) + *hunch*, *Instapic* = *Instagram* + *Picture*, *neweeter* = *new* + *tweeter*; *nomophobia* = *no-mobile-phone-phobia*, *sweeple* = *sweet* + *Twitter* + *people*, *twiends* = *Twitter* + *friends*, *twileb* = *twitter* + *celebrity*, *twiplomat* = *twitter* + *diplomat*, *twittonary* = *twitter* + *dictionary*.

– *ініціальні*:

· ініціалізми (літературні абривіатури) – це лексичні одиниці, представлені початковими буквами скорочуваних слів. Вони позначають предмети або явища та належать до класу іменників, тобто мають номінативний характер. Наприклад, **BBB** (*Boring beyond belief*), **Mcm** (*man-crush Monday*), **CPT** (*celebrity party tongue*), **HT** (*Hashtag on Twitter*), **MBF** (*Must Be Following*), **FTC** (*First To Comment*), **PRT** (*Please Re-Tweet*).

· звукові ініціальні скорочення (**акроніми**) вимовляються ніби звичайні слова, написані такими ж буквами, тобто вони зливаються у вимові. Їх можна поділити на три підгрупи: а) повноцінні акроніми – **AGIG** (*American Girl InstaGram*), **AYSOS** (*Are you stupid or something?*), **BUF** (*Big, ugly, fat*), **FTAD** (*Facebook Twitter Addict Disorder*), **FBOCD** (*Facebook Obsessive Compulsive Disorder*); б) акроніми зі службовими словами – **JAM** (*Just A Minute*), **JATA** (*just another Twitter App*), **JOMO** (*The joy of missing out*), **FMOT** (*Follow Me On Twitter*), **HAND** (*Have A Nice Day*), **NOLM** (*No one loves me*), **PAW** (*Parents Are Watching*); в) акроніми-омоніми – **BOL** (*Bark Out Loud*) або **BOL** (*Best Of*

Luck), **FOGO** (*Fear of Being Offline*) або **FOGO** (*The fear of going out*).

Під графічними розуміються такі абрєвіатури, які використовують лише на письмі і не мають своєї власної звукової форми. Оскільки графічні скорочення утворені з елементів повного слова або поєднання скороченої форми декількох слів, вони повинні володіти необхідною і у достатній мірі ступенем стислості. Дані одиниці передають інформацію, закладену в слові або словосполученні по можливості найменшою кількістю графічних знаків (букв), не доводячи до втрати його зрозумілості. Тобто, графічні скорочення мають межу, кінцеву протяжність, що дозволяє зберігати семантичну цілісність зашифрованих одиниць [3, с. 28].

Серед причин графічної абрєвіації виділяються внутрішні і зовнішні. Внутрішніми причинами є: склад алфавіту, особливості графіки і орфографії, нарешті, «самий тип письма», тобто все те, що вплинуло на вироблення специфічної системи скорочень в даному письмі. Зовнішніми причинами появи графічної абрєвіації являються потреби: в прискоренні рукописного письма; в економії матеріалу для письма; в скороченому, а згодом і в символічному записі.

Саме на письмі виникають графічні скорочення, з лексикалізацією окремих з них, так як процес спрощення складних одиниць будь-якого типу неминучий. Читання графічних скорочень за назвами букв, поступове формування цих прочитань у сталє слово є одним із шляхів до появи перших лексичних абрєвіатур в англійській мові [2, с. 9]. Графічне скорочення, щоб стати словом, засвоює різноманітні лексичні ознаки: власну побуквену вимову; власну орфографію; здатність до утворення похідних слів; власний семантико-стилістичний зміст. Графічні скорочення не мають власної вимови, при читанні вони «розшифровуються», тобто існують лише для зорового сприйняття. Так, **at** читається як *attention*, **dl** – *download* тощо. Літерні абрєвіатури та інші скорочені слова (PDF, tab, PC) мають власну вимову, вони представляють цілком самостійні звукові комплекси і не повторюють звучання повного найменування. Так, *tab* – слово, яке складається з трьох фонем, а *tablet* – інше слово, що включає 6 фонем. Однак нерідко свідомо чи через незнання не розшифровують графічні скорочення, а вимовляють їх за назвами букв. Така вимова ще не означає заміни графічного скорочення словом. Лише за умови закріплення власної вимови графічні скорочення можуть стати абрєвіатурами-словами, наприклад, попереднє графічне скорочення PC < *personal computer*. Сучасні ініціальні абрєвіатури можуть виникати як звичайні слова, минаючи графічну стадію, проте досить часто вони не відразу набувають власного звучання та постійної закріпленої фонетичної форми.

В усному мовленні графічні абрєвіатури реалізуються як відповідна скорочена форма і в принципі є своєрідним стенографічним записом певного слова або словосполучення, напр.: **gm** < *gram* тощо.

Для графічних абрєвіатур характерні певні особливості. Так, одне скорочення може замінити цілий ряд слів або словосполучень, а одна

буква «А» може замінювати більше ста найменувань, наприклад: *academy, academician, acre, active, adjective, advanced, aeronautics, ampere, annually, answer* тощо.

У лінгвістичній літературі існує ряд класифікацій графічних скорочень. Е. Дубенець розрізняє такі їх види: 1) скорочення за початковою літерою слова. Серед них виділяються два підвиди: з крапкою (S.O. < *Significant other*) і косою рисою (W/E < *Whatever*); 2) скорочення, коли відсікається закінчення, суфікс (i) або частина кореня (*fab* < *fabulous*; *def* < *definitely*); 3) графічна «контрактура». Ці скорочення утворюються внаслідок виокремлення з середини слова його частини, на місце якої вставляється дефіс (*key-tainer* < *key container*); 4) скорочення з поєднанням приголосних букв (*thx* < *thanks*; *txt* < *text*); 5) змішані скорочення (*H-BDAY* < *birthday*; *YDAY* < *yesterday*) [11, с. 151-152].

Є. Волошин виділяє шість видів графічних скорочень з врахуванням способів їх оформлення і способів скорочення повних слів: 1) *крапкові скорочення*. Це скорочення, які скорочуються лише на приголосну, пишуться з крапками на місці скорочень, зазвичай залишається початкова частина слова (*sec.* < *second*; *in.* < *inch*); 2) *дефісні скорочення*. Це скорочення, в яких на місці опущеною середньої частини слова стоїть дефіс (*sci-fic* < *scientific fiction*; *in-laws* < *parents-in-law*); 3) *дробові скорочення*. Вони вживаються при скороченні словосполучень або складних слів (*N/A* < *not available*; *M/F* < *Are you Male or Female*); 4) *курсивні скорочення*. Це скорочення, які друкуються особливим шрифтом – курсивом (*Apr* < *April*; *Mon* < *Monday*); 5) *нульові (графічно виділені) скорочення*. Це скорочення без будь-яких показників (**BA** < **Bachelor of Arts**; **Dr** < **Doctor**); 6) *комбіновані скорочення*. Це скорочення, які створюються за рахунок одночасного застосування декількох прийомів редукування слів і словосполучень, наприклад: *a/p* < *account purchase* (курсивно-дробових) та ін. [8, с. 85-101].

Отже перші два типи графічних скорочень і частково шостий містять опис як способу оформлення, так і способу скорочення на відміну від інших видів скорочень, що вказують або на графічні прийоми утворень скорочених слів, або на сферу їх використання.

Є. Барінова виділяє наступні типи графічних скорочень: *сигли (ініціальні скорочення), суспензії (складові скорочення, силабограми):* *esc* < *escape*, *exch* < *exchange*, *bud* < *buddy*, *контрактури (консонатограми):* *thx* < *thanks*, *pls* < *please*, *frm* < *from*, *chk* < *check*, *clk* < *click*, *фоноідеограми* (складаються із знаків, що вказують на приблизний зміст і на точне або приблизне прочитання цього знака). У своєму дослідженні вона також виокремлює і графічні зображення, котрі набули масового поширення в Інтернеті, в тому числі й соцмережах – емотикони (емограми, смайли). Проте відносить їх до піктограм (умовних малюнків із зображенням будь-яких дій, явищ, предметів), а не до графічних скорочень. У кожному з типів скорочень, в залежності від їх графічного оформлення, вона виділяють такі підтипи: *крапкові, дробові та з елементом &*.

Надзвичайно цікаві з точки зору дослідження англійських графічних скорочень є фоноідео-

грамми, властиві мові Інтернету та соцмереж. Ця група є своєрідною і включає в себе ідеографічні знаки, що складаються з знака-детермінативи, котрий вказує на приблизний зміст знака, і знака-фонетика, що вказує на точне або приблизне прочитання цього знака У даному дослідженні дана група скорочень складається з 80 одиниць. Доцільним видається поділ їх на три типи, в залежності від структурного елементу, яким представлений фонетик:

- цифрою 2bctnd < to be continued, j4f < just for fun;

- буквою CU < see you, tuvnm < thank you very much, HRU? – *How are you?*;

- комбінований тип (буквено-цифровий) hate < H8, fate < F8, see you later < CUL8R, t2u18r < talk to you later, HB2U < Happy Birthday To You [2, с. 13; 34-36].

Числівник 2 (*two*) може замінити прийменник «to», наприклад: U2 (*you too*), F2F (*face to face*), G2SY (*glad to see you*), 2DAY (*today*), B2B (*business-to-business*), H2CUS (*hope to see you soon*), HB2U! (*Happy birthday to you!*). Найпродуктивнішими цифрами для такого типу аббревіатур є 2, 4 та 8, наприклад, числівник 4 (*four*) заміняє співзвучний із ним прийменник «for»: O4U (*Only for you*), B4 (*before*), 4X – *forex (foreign exchange)* [34-36].

Висновки і перспективи подальших досліджень. В умовах прискорення сучасного темпу життя та блискавичного розвитку інформаційних технологій для багатьох із нас соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого сьогодення. Новітні технології та, перш за все, Інтернет-спілкування, стають новим виміром життя для

сучасної прогресивної молоді. Саме тому виникає нагальна потреба у мовному відбитті нових понять, які масово зароджуються у сфері соціальних мереж.

Аналіз неологізмів соціальних мереж Facebook, Instagram та мікроблогу Twitter довів, що найпродуктивнішою слотовірною моделлю утворення нових слів є скорочення (Мал. 1). У свою чергу можна виокремити три найчисельніших підвиди даної продуктивної моделі утворення нових у мові проаналізованих соцмереж: ініціальні скорочення, акроніми та слова-телескопи (Мал. 2.). Виокремлені лексичні неологізми можна поділити на три основні групи: власне неологізми (нова форма – новий зміст: *bromance*, *FOGO*, *NOLM* тощо); стилістичні – okazionalni новотвори (*POTUS*, *FLOTUS* тощо); семантичні, тобто переосмислення вже існуючих у мові форм – новий зміст: *friend*, *troll*, *wall* тощо). Дві групи, окрім останньої, характерні для неологізмів-скорочень проаналізованих соцмереж. Користувачі міжнародних соцмереж таких як Twitter, Facebook та Instagram широко використовують такі графічні скорочення як: сигли, суспензії та контрактури. Проте найчисельніша та найпродуктивніша група складають фоноідеограми.

Як правило, більшість проаналізованих неологізмів-скорочень мають сленгове походження, але ввійшли чи ввійдуть до інтернет-словників англійської мови. Окрім того, певні неологізми-скорочення перетворюються у інтернаціоналізми. Перспективним видається дослідження інших продуктивних способів утворення неологізмів, а саме афіксації та конверсії як у окремій міжнародній соцмережі так і в декількох водночас.

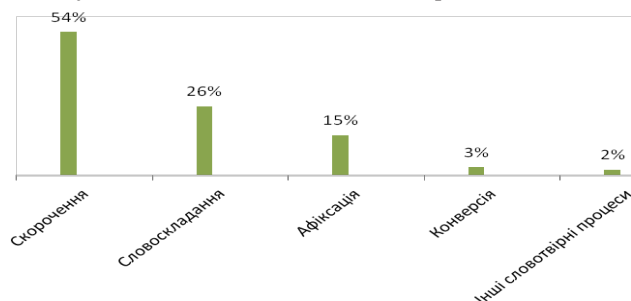


Рис. 1. Продуктивні слотовірні моделі утворення неологізмів у англомовних версіях міжнародних соцмереж

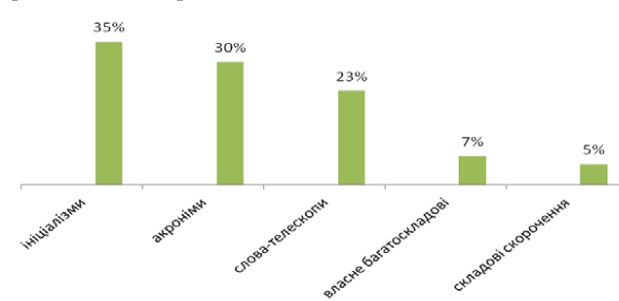


Рис. 2. Типи лексичних скорочень у англомовних версіях міжнародних соцмереж

Список літератури:

1. Антюфеева Ю. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм: дис. ... канд. филол. наук / Ю. Антюфеева. – Тула, 2004. – 184 с.
2. Барінова С. Типология англоязычных сокращений, используемых в сети Интернет: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. Барінова. – Воронеж, 2008. – 22 с.
3. Барінова С. Типология англоязычных сокращений, используемых в сети Интернет: дис. ... канд. филол. наук / С. Барінова. – СПб., 2008. – 277 с.
4. Беликова И. Особенности образования терминов-неологизмов в подязыке компьютерной техники: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / И. Беликова. – Омск, 2004. – 147 с.
5. Блохина Е. Английские неологизмы и их перевод на русский язык (на материале компьютерной лексики) / Е. Блохина // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 21-23 мая 2014 г. в 3 ч. / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Институт международного образования и языковой коммуникации (ИМОЯК); под ред. С. Песоцкой. – 2014. – Ч. 1. – С. 216-219.
6. Брагина А. Неологизмы в русском языке / А. Брагина. – М.: Просвещение, 1973. – 224 с.
7. Булавин Н. О тенденциях пополнения словарного состава британского и американского вариантов английского языка / Н. Булавин // Вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков. М.: Издательство ИМО, 1960. – С. 104-141.

8. Волошин Е. Структура аббревиатур и способы их образования в современном английском языке / Е. Волошин // Учен. зап. І МПІІІЯ ім. М.Тореза. – М., 1966. – Т. 35. – С. 80-111.
 9. Грацкова І. Неологізми в сучасному англійському мові / І. Грацкова // Science Time. – № 5 (17). – Казань, 2015. – С. 114-118.
 10. Дзюбіна О. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові. (на матеріалі англійських інтернет-видань та форумів в молодіжних соціальних мережах) / О. Дзюбіна // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – Вип. 3. – Житомир, 2014. – С. 309-312. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VZhDU_2014_3_61.pdf
 11. Дубенец Э. Лингвистические изменения в современном английском языке / Э. Дубенец. – М.: Глосса-Пресс, 2003. – 256 с.
 12. Зацний Ю. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови / Ю. Зацний, Т. Пахомова. – Запоріжжя, 2001. – 385 с.
 13. Макаренко Ю. До проблеми перекладу неологізмів галузі Інтернет та комп'ютерних технологій / Ю. Макаренко, І. Матковська // Філол. трактати. – № 4. – Суми, 2012. – С. 68-72.
 14. Малайчук О. Особливості творення неологізмів-телескопізмів у сучасній англійській мові (на матеріалі лексикографічних джерел) / О. Малайчук // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. – № 3. – Дрогобич, 2015. – С. 137-140.
 15. Мангушев С. Роль і місце словообразования в развитии современного английского языка / С. Мангушев // Вестн. Оренбург. гос. пед. ун-та. – № 3/4. – Оренбург, 2010. – С. 36-40.
 16. Марченко Н. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингвопрагматический аспект. автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.филол.н. специальность 10.02.19 / Наталья Марченко; [Юж. федер. ун-т]. – Ростов-на-Дону, 2013. – 20 с.
 17. Михайличенко Ю. О специфике перевода англоязычных фразеологизмов и неологизмов / Ю. Михайличенко // Электронный научно-практический журнал «Филология и литературоведение». – № 9 (48). – 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://philology.snauka.ru/2015/09/1640>
 18. Мхитарян К. Современные перспективы развития английского языка и фактор ретронимии в моделировании языковой картины мира: дис. представленная на соискание академической степени доктора филологии / Кристина Мхитарян. – Батуми, 2013. – 134 с.
 19. Несветайло Ю. Неологизмы и окказионализмы как конститuentы лексического макрополя современного английского языка: системный и словообразовательный аспекты: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.04. / Ю. Несветайло; Юж. федер. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2010. – 169 с.
 20. Пожилова В. Контекстуальные неологизмы: критерии систематизации / В. Пожилова // Сборник трудов участников V Всероссийской научно-практической конференции «Современное непрерывное образование и инновационное развитие» // Под ред. проф. А. Царькова и проф. И. Бугакова. – Серпухов: МОУ «ИИФ», 2015. – С.150-152.
 21. Рец И. Лингвокультурологические и эколлингвистические аспекты неологизмов: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / И. Рец. – Волгоград, 2014. – 201 с.
 22. Розенталь Д. Современный русский язык / Д. Розенталь, И. Голуб, М. Теленкова – М.: Айрис-Пресс, 2002. – 528 с.
 23. Тутуз Э. Лингводискурсивные особенности неологизмов в спортивном дискурсе (на материале английского языка): дис. канд. наук: 10.02.19. / Э. Тутуз. – Краснодар, 2014. – 271 с.
 24. Усова И. Неологизмы в современном английском языке / И. Усова // Многоязычие и межкультурное взаимодействие. – Ижевск, 2008. – С. 265-267
 25. Atkins Alexander. Tag Archives: how many words enter the English language each year. Why do some new words last and others fade? / Alexander Atkins. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://atkinsbookshelf.wordpress.com/tag/how-many-words-enter-the-english-language-each-year/>
 26. Bauer Laurie. The Oxford Reference Guide to English Morphology // Laurie Bauer, Rochelle Lieber, Ingo Plag. – Oxford University Press, 2015. – 720 p.
 27. Cook C. Exploiting linguistic knowledge to infer properties of neologisms / C. P. Cook. – Toronto: University of Toronto, 2010. – 154 p.
 28. Davidson Lauren. Is your daily social media usage higher than average? / Lauren Davidson. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/11610959/Is-your-daily-social-media-usage-higher-than-average.html>
 29. Fenton Ben. The cool century – 100 years of being hip / Ben Fenton // The Telegraph. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/4193946/The-cool-century-100-years-of-being-hip.html>
 30. Grampietro Marina. Social Media Neologisms. / Marina Grampietro. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://prezi.com/ijlpg2z1lfgg/social-media-neologisms/>
 31. Huffman Lois. New Words: Here Today, Gone Tomorrow? Part Two of Three. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ncreading.org/wp-content/uploads/2015/04/new-words-part-II.pdf>
 32. Kerremans Daphny A Web of New Words. A Corpus-Based Study of the Conventionalization Process of English Neologisms / Daphny Kerremans. – Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien, 2015. – 278 p.
 33. Oxford dictionary adds Net terms // CNET News. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.cnet.com/2100-1023-214535.html>.
- Джерела ілюстративного матеріалу:**
34. Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.facebook.com>.
 35. Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.instagram.com>.
 36. Twitter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.twitter.com>.

Сеньків О.М.

Дрогобычський державний педагогічний університет імені Івана Франка

Летнянка О.І.

Дрогобычське державне музикальне училище імені Василя Барвинського

НЕОЛОГИЗМЫ-СОКРАЩЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ВЕРСИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СОЦСЕТЕЙ

Аннотация

В статье (на примере англоязычных версий Facebook, Instagram и Twitter) проанализированы неологизмы, возникшие или которые нашли распространение в международных социальных сетях. Охарактеризованы различные подходы к классификации неологизмов. Показано, что самой продуктивной словообразовательной моделью образования новых слов в социальных сетях является сокращение. Установлено типы лексических и графических неологизмов-сокращений. Особое внимание уделяется графическим сокращением, в частности фоноидеограммам.

Ключевые слова: неологизмы, социальные сети, аббревиация, лексические сокращения, графические сокращения, фоноидеограммы, словообразовательные модели, Facebook, Instagram, Twitter.

Sen'kiv O.M.

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

Letnyanka O.I.

Vasyl Barvynskiy Drohobych State Music College

ENGLISH ABBREVIATED NEOLOGISMS IN INTERNATIONAL SOCIAL NETWORKS

Summary

The article is devoted to English neologisms used in international social networks (such as Facebook, Instagram and Twitter). In the article it has been analysed different approaches to classification of neologisms. It has been shown that the most productive word-building model of creating new words in social networks is shortening. It has been classified main types of lexical and graphical abbreviated neologisms. Special attention is paid to graphical shortenings, especially to phonoideograms.

Keywords: neologisms, social networks, abbreviation, lexical shortenings, graphical shortenings, phonoideograms, word-building models, Facebook, Instagram, Twitter.