

АНОТАЦІЯ

ЛАДОНЯ К.Ю. Неологізми в українськомовному сегменті соціальної мережі «Facebook» – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 Філологія (03 Гуманітарні науки). – Київський університет імені Бориса Грінченка – Київ, 2021.

Дисертаційна робота присвячена дослідженню неологізмів українськомовного сегмента соцмережі Facebook.

Як *неологізми* у роботі розглядаємо одиниці (слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення), що з'явилися і функціонують у мові в певний період її існування і позначають нові й актуалізовані реалії та поняття, а також індивідуально-авторські інновації (оказіоналізми), новизна яких усвідомлюється загалом.

Актуальність роботи визначається безпрецедентним поширенням соціальної мережі Facebook серед мешканців України та світу протягом останніх років, значною динамічністю лексичного й фразеологічного складу специфічної мови спілкування у цій соцмережі та відсутністю спеціального комплексного лінгвістичного дослідження неологічної лексики й фразеології та особливостей комунікації в цьому контенті.

Мета роботи полягає у вивченні лексичних, словотворчих, семантичних, графічних і фразеологічних неологізмів у соцмережі Facebook початку XXI століття, встановленні джерел їх походження та функціонально-стилістичних особливостей.

Джерельною базою дослідження слугували українськомовні тексти соціальної мережі Facebook за 2017-2021 рр.

Наукова новизна роботи зумовлена тим, що в ній уперше здійснено комплексний аналіз неологізмів українськомовного сегменту Facebook; зацентовано увагу на основних шляхах поповнення неологічної лексики й фразеології; виявлено й схарактеризовано продуктивні способи та засоби словотворення неологізмів у дискурсі вказаної соціальної мережі; з'ясовано джерела зовнішніх новозапозичень і їх тематичні групи; розглянуто внутрішні

входження; визначено функційно-стилістичні особливості вживання нових одиниць у соцмережі Facebook; поглиблено лінгвістичні знання про інтернет-комунікацію загалом та про соціальну мережу Facebook як важливий її жанр зокрема.

Теоретичне значення виконаного дослідження полягає в певному внеску в сучасну лексикологію, зокрема в поглибленні відомостей про структурну, семантичну, функційно-стилістичну спеціалізацію неологізмів, сфера вияву яких – тексти соціальної мережі Facebook початку XXI століття, у розширенні уявлення про їхні міжстильові зрушення та зміни, спричинені передусім соціальною динамікою; у комунікативну лінгвістику завдяки встановленню ролі лексичних і фразеологічних інновацій у забезпеченні структурної організації дискурсу соцмережі Facebook.

Практичне значення. Матеріали й основні положення дисертації, її висновки можуть бути використані під час вивчення курсів сучасної української мови (розділи "Лексикологія", "Словотворення", "Стилістика", «Культура мови»), медіакомунікації, медіалінгвістики, прагмалінгвістики, соціолінгвістики; у підготовці спецкурсів і спецсемінарів, курсових, кваліфікаційних робіт, під час написання підручників, навчальних посібників, а також у лексикографічній практиці – для укладання різних видів лексиконів: нових слів і значень, ідеографічних, тлумачних, перекладних та ін.

У *Вступі* дисертації наголошено на основних складниках: новизні, теоретичному та практичному значенні, апробації дослідження тощо. У розділах роботи поетапно подано аналіз неологічної лексики й фразеології українськомовного сегмента соцмережі Facebook, проаналізовано причини їх виникнення й значного поширення, особливості функціонування, що й було передбачено завданнями.

Перший розділ присвячено теоретичним засадам дослідження. У *другому розділі* представлено аналіз основних джерел походження неологізмів в українськомовному сегменті соцмережі Facebook. *Третій розділ* присвячено висвітленню основних стилістичних функцій, які виконують неологізми в українськомовному сегменті соцмережі Facebook.

Проведене дослідження дало змогу зробити такі *висновки*.

1. Інтернет-середовище спричинило появу нової форми спілкування – соціальної мережі Facebook, що засвідчує свою стрімку динаміку поширення як у світовому вимірі, так і в Україні. На сьогодні користувачами Facebook є представники всіх соціальних верств і вікових груп. Свої сторінки мають ЗМІ, установи, організації, торговельні структури, діячі політики й культури, пересічні громадяни. Соціальні мережі надзвичайно швидко проникають у комунікативний простір сучасного соціуму. Щоденне життя і мова громадян зазнають потужного впливу соцмереж, який постійно посилюється. Виявлено, що в аналізовану добу соціальні мережі, будучи об'єднаннями осіб із спільними інтересами й уподобаннями, усе більше втрачають свою дотеперішню розважальну спрямованість, а інтенсивніше набувають характеру своєрідних осередків соціалізації, самопрезентації, політизації, почасти реклами й розвитку бізнесу. На значному фактичному матеріалі засвідчено, що новітня соцмережа Facebook набула статусу важливого засобу спілкування. Комунікування в соцмережах, що є основними платформами для міжособистісного спілкування в інтернеті, є різновидом обміну інформацією специфічної природи зі своїми засобами реалізації, інструментарієм і формами вираження.

2. Наявність виразних особливостей мережевого комунікування, глобальне поширення нових інформаційних технологій, залучення до інтернет-спілкування значної кількості мовців приводить до трансформацій мови, що обслуговує ці комунікації, майже на всіх лінгвальних рівнях. Засвідчено, що найбільших змін зазнають лексичний, фразеологічний, словотвірний і графічний рівні (виникнення інтернет-неологізмів, новозапозичень, калькувань, неологізмів-фразем, нових способів і засобів нетрадиційного словотвору; об'єднання різних графічних знакових систем тощо). Відбувається значне розширення словника для номінування нових понять, реалій, явищ, ознак, дій і станів, що постійно виникають у мережевому світі, і технічних можливостей обслуговування інтернету, а також використання графічних засобів вираження й опису емоцій. Неологізми, здебільшого оказіонального характеру, з'являються через бажання мовця презентувати себе через власне висловлення,

по-іншому номінуючи певні реалії та поняття, що вже мають назву, надаючи висловленню додаткової експресії.

3. У результаті проведеного дослідження констатовано, що неологія – це наукова галузь, завдання якої полягають у фіксації та класифікації нових слів і фразеологізмів, а також у спостереженні за їх адаптацією й здійсненні їх лексикографічного розроблення й кодифікування. Переважна більшість лінгвістів предметом вивчення неології вважають нове слово, словосполучення, фразеологізм (неологізм), проте з чіткою параметризацією цього поняття виникають певні проблеми. Динамічна природа нової одиниці часом стоїть на перешкоді визначенню межі перебування новоутворення в статусі неологізму. Зі стилістичного погляду неологізмами є слова, значення слів, словосполучення і фразеологізми, що мають стилістичну маркованість і наділені конотацією новизни, яку відчуває носій мови і наявність якої залежить від його мовної компетентності. Відповідно до психолінгвістичної теорії неологізм – це мовна одиниця, що раніше не опинялася в межах мовленнєвого досвіду мовця. Згідно з лексикографічною теорією неологізми – це мовні одиниці, що не потрапили до словників. За денотативною теорією, неологізм – це слово, яке позначає новий об'єкт позамовної дійсності (денотат). Структурна теорія кваліфікує як неологізми тільки структурно і формально абсолютно нові слова, оскільки створені з використанням відомих у мові морфем одиниці через можливість бути будь-коли відтвореними мовцями зрозумілі для них, через що не можуть сприйматися як неологізми. Конкретно-історична теорія спирається на уточнення сутнісної новизни неологізму в просторі й часі.

4. З'ясовано, що екстралінгвальними чинниками появи нових слів в українській мові останнього періоду є: а) демократизація суспільного життя; б) державний статус української мови; в) істотне послаблення цензури й самоцензури; г) зміни в політичному житті та соціальній структурі українського суспільства; г) задоволення практичних потреб мовців; д) глобалізаційні процеси; е) поширення моди на певні мовні форми; є) військовий конфлікт на сході країни; ж) пандемія Covid-19 тощо. Інтралінгвальними чинниками, що детермінують появу неологізмів, є: а)

денотативний (потреба в позначенні («ословленні») нового об'єкта); б) системна організація мови – тиск мовної системи (освоєння нових входжень і формування потенційно можливих слів на основі наявних у мові словотворчих типів і моделей); в) тенденція до надання переваги більш експресивним мовним формам (пошук і розширення неординарних стилістично маркованих позначень із відмінним емоційно-експресивним значенням); г) принцип економії мовної енергії, лінгвальних засобів; г) дія аналогії (особливо в словотворчих інтенціях). Процес номінування ґрунтується на низці основних принципів: принципі мотивованості, принципі парадигматичності, принципі модельності й зразка.

У кожного новотвору є автор, хоч носіям мови він, як правило, не відомий, і кожне нове слово чи фразема є засобом самовираження. У процесі функціонування мовної одиниці в статусі неологізму вона здатна пройти етап соціалізації (її може прийняти мовна спільнота), а також – етап лексикалізації (нове слово або фразеологізм має змогу бути закріпленим у мовній системі). Звичайно соціалізація нової одиниці відбувається через сприйняття мовцями, для яких мова є інструментом професійної діяльності (журналісти, письменники, науковці, релігійні діячі та ін.) і які, уживаючи неологізм, доносять його до решти носіїв мови. Сприйняття і використання такої мовної одиниці більшою частиною мовної спільноти приводить до її лексикалізації, у результаті чого неологізм опиняється в реєстрі словника, де зафіксована загальноживана лексика.

5. Значний корпус зібраного фактичного матеріалу дав змогу виявити основні джерела неологізмів в українськомовному сегменті соцмережі Facebook. Засвідчено, що найбільш потужним і дієвим із-поміж них є словотворення (понад 80% новотворів). Встановлено, що продуктивними способами деривації нових одиниць у студійованій мережі слугували: суфіксальний (47%), префіксальний (17%), композиція (15%), юкстапозиція (5%), аббревіація (4%), усічення (2%), лексико-синтаксичний спосіб (1%), семантична деривація (9%).

Ще одним джерелом збагачення неологізмами соцмережі Facebook є зовнішні запозичення (біля 8%). Виявлено, що серед них чисельно переважають

англіцизми (понад 68%). Другу позицію посідають входження з російської мови (біля 30%). Нові етранжизми з інших мов є незначними і становлять усього 2% в соцмережі Facebook. Окрім того, джерелом поповнення неологізмами аналізованої соціальної мережі є внутрішні запозичення – некодифіковані розмовні слова, жаргонізми, арготизми (12%).

Виявлено, що виразною рисою мовного оформлення комунікативних процесів у мережі Facebook є поява й використання графічних неологізмів. Вони можуть утворюватися в результаті субституції компонентів слова (у базовій лексичній одиниці користувач замінює певний структурний складник) і графічної деформації слова (дериваційний прийом полягає в цілеспрямованому графічному спотворенні плану вираження твірної бази).

6. Виявлено й проаналізовано основні стилістичні функції, які виконують неологізми в соцмережі Facebook.

З'ясовано, що значна частина зібраних неологізмів є носіями конотації зневаги, яка висловлюється до популярних концептів інформаційного простору. Магістральне функційне навантаження цих новотворів з'являється для реалізації комунікативних інтенцій і настанов користувачів українськомовного сегмента Facebook.

Окрім того, неологізми, виявлені в мовному просторі аналізованої соціальної мережі, є носіями конотації підсилення образу, конотації комічності та конотації розмовності. Основне функційне призначення неологізмів, виявлених у процесі дослідження полягає у варіативному передаванні інформації, експресивізації та графічній евфемізації.

Отже, для дискурсу українськомовної соцмережі Facebook, зокрема нової лексики й фразеології, характерна низка особливостей, які вказують на винятковий характер цього мовного матеріалу та є важливими складниками сучасної соціальної комунікації. Названі одиниці засвідчують істотний лексичний, стилістичний і словотвірний потенціал цієї мережі, демонструють широкі перспективи використання та збагачення загальнонародної мови.

Ключові слова: неологізми, соцмережа Facebook, українськомовний сегмент, інтернет-дискурс.

ABSTRACT

LADONIA K.YU. Neologisms in the Ukrainian-language segment of Facebook social network. – Manuscript.

The thesis is submitted for attaining the Doctor of Philosophy degree in speciality 035 Philology (03 Humanities). – Borys Hrinchenko Kyiv University. – Kyiv, 2021.

The thesis is a study of neologisms of the Ukrainian-speaking segment of Facebook social network.

In the dissertation, neologisms are viewed as units (words, phrases, phraseologies, their individual meanings) that appeared and function in the language in a certain period of its existence and denote new and updated realities and concepts, as well as individual authorial innovations (occasionalisms, ad hoc formations), the novelty of which is realized in general.

The **relevance** of the research is determined by the unprecedented spread of Facebook social network among residents of Ukraine and the whole world taking place over the past years, the significant dynamism of lexis and phraseology of specific language of communication in this social network and the lack of special comprehensive linguistic study on neological lexicon and phraseology as well as features of communication in this content.

The **aim** of the work is to study lexical, word-forming, semantic, graphic and phraseological neologisms used in the social network Facebook at the beginning of the XXI century, to determine the sources of their origin as well as functional and stylistic features.

The **source basis** of the study is formed by the Ukrainian texts of the social network Facebook within the period of 2017-2021.

The **scientific novelty** obtained is that for the first time: the comprehensive analysis of neologisms of the Ukrainian-language segment of Facebook was conducted; the main ways of replenishment of neological lexicon and phraseology are emphasized; the productive ways and means of word-formation of neologisms in the discourse of the social network are revealed and characterized; the sources of external new borrowings and their thematic groups are clarified; internal occurrences are

considered; functional and stylistic features of the use of new units in the social network Facebook are defined; the linguistic knowledge about Internet communication in general and the social network Facebook as an important genre, in particular, is increased.

The **theoretical value** of the results lies in a certain contribution to modern lexicology, namely in deepening information about the structural, semantic, functional and stylistic specification of neologisms, whose scope comprises the texts from Facebook of early XXI century, as well as expanding the understanding of their inter-stylistic shifts and changes caused primarily by social dynamics. The results of the study can contribute to communicative linguistics by establishing the role of lexical and phraseological innovations in ensuring the structural organization of the discourse of the social network.

The **practical significance** of the results obtained is that the materials and the main provisions of the dissertation, its conclusions can be used in the courses in the modern Ukrainian language (sections "Lexicology", "Word-formation", "Stylistics", "Language culture"), media communications, media linguistics, pragmalinguistics, sociolinguistics; when preparing special courses and special seminars, coursework, qualification works, when writing textbooks, teaching aids, as well as in lexicographic practice for compiling different types of dictionaries: new words and meanings, ideographic, explanatory, translations, etc.

In *Introduction* the author expands on the main attributes of the dissertation, such as its novelty, theoretical and practical significance, the approbation of the study, etc. The *chapters* of the study presents the results of the analysis of the neological lexicon and phraseology in the Ukrainian-language segment of Facebook, the reasons for their occurrence and distribution, the features of their functioning.

The *first chapter* is focused on theoretical foundations of the study. The *second chapter* presents the analysis of the main sources of the origin of neologisms in the Ukrainian-language segment of Facebook. The *third chapter* covers the main stylistic functions performed by neologisms in the Ukrainian-language segment of Facebook.

The study allowed the author to draw the following *conclusions*.

1. The Internet environment has led to the emergence of a new form of communication, i.e. the social network Facebook, which proves its rapid dynamics of spread both in the global dimension and in Ukraine. Today, Facebook users are people of all walks of life and age groups. Media, institutions, organizations, trade structures, politicians and cultural figures, as well as ordinary citizens have their Facebook accounts. Social networks extremely quickly get inside into the communicative space of modern society. Everyday life and language of citizens are strongly influenced by social networks, which is constantly increasing. It was found out that within the analyzed period, social networks, as associations of people with common interests and preferences, are increasingly losing their current entertainment focus, and more intensely becoming a kind of centre of socialization, self-presentation, politicization, partly advertising and business development. Significant factual material testifies that the newest social network Facebook has acquired the status of an important means of communication. Communication in social networks, which are the main platforms for interpersonal communication on the Internet, is a kind of exchange of information of a specific nature with its means of implementation, tools and forms of expression.

2. The presence of distinct features of network communication, the global spread of new information technologies, the involvement of a significant number of speakers in the Internet communication leads to transformations of the language that serves these communications, at almost all linguistic levels. It has been shown that the lexical, phraseological, word-forming and graphic levels undergo the greatest changes (emergence of Internet neologisms, new borrowings, loan translation, neologisms-phrases, new ways and means of non-traditional word-formation; combination of different graphic sign systems, etc.). The vocabulary to nominate new concepts, realities, phenomena, signs, actions and states that are constantly emerging in the online world expanded significantly, as well as the use of graphical means of expression and description of emotions and feelings. Neologisms, mostly of an occasional nature, appear due to the speakers' desire to present themselves through their own utterance, differently nominating certain realities and concepts that already have a name, giving the utterance additional expression.

3. As a result of the study, it was stated that neology is a scientific field with the task to fix and classify new words and phrases, as well as to monitor their adaptation and implementation of their lexicographic development and codification. The vast majority of linguists consider a new word, phrase, phraseology (neologism) as the subject of the study of neology. However, with a clear parameterization of this concept, there are some problems. The dynamic nature of the new unit sometimes stands in the way of defining the boundary of new formation in the status of a neologism. From a stylistic point of view, neologisms are words, meanings of words, phrases and phraseologies that have stylistic marking and are endowed with the connotation of novelty, which is felt by the native speaker and the presence of which depends on his/her linguistic competence. According to the psycholinguistic theory, a neologism is a linguistic unit that has not previously been within the speaker's communicative experience. According to the lexicographic theory, neologisms are linguistic units that are not included in dictionaries. As denotative theory states, neologisms are the words that denote a new object of extra-linguistic reality (denotation). The structural theory qualifies neologisms only as structurally and formally complete new words since units created using morphemes known in the language are understandable to them due to the possibility of being ever reproduced by speakers, which is why they cannot be perceived as neologisms. The specific historical theory is based on the clarification of the essential novelty of neologism in space and time.

4. It was defined that the extra-lingual factors causing the appearance of new words in the Ukrainian language of the recent period are the following: a) democratization of public life; b) the state status of the Ukrainian language; c) significant weakening of censorship and self-censorship; d) changes in the political life and social structure of Ukrainian society; e) meeting the practical needs of the speakers; e) globalization processes; f) the spread of fashion to certain language forms; g) military conflict in the east of Ukraine; g) the Covid-19 pandemic, etc. Intralingual factors that determine the appearance of neologisms are as follows: a) denotative one (the need to designate ("pronounce") a new object); b) system organization of language, i.e. the pressure of the language system (development of

new occurrences and the formation of potentially possible words on the basis of existing word-forming types and models in the language); c) the tendency to give preference to more expressive language forms (search and expansion of extraordinary stylistically marked symbols with excellent emotional and expressive meaning); d) the principle of saving speech energy, linguistic means; e) the action of analogy (especially in word-forming intentions). The nomination process is based on a number of basic principles: the principle of motivation, the principle of paradigm, the principle of modelling.

Each neologism has an author, although, as a rule, native speakers do not know them, and each new word or phraseme is a means of self-expression. In the process of functioning of a linguistic unit in the status of a neologism, it is able to go through the stage of socialization (it can be accepted by the linguistic community), and also the stage of lexicalization due to which a new word or phraseological unit can be fixed in the linguistic system. Usually, the socialization of a new unit occurs through the perception of the speakers for whom the language is an instrument of professional activity (journalists, writers, scientists, religious leaders, etc.) and who, using neologisms, convey them to other native speakers. The perception and use of such a linguistic unit by most of the linguistic community leads to its lexicalization, as a result of which the neologism appears in the dictionary registry, where common vocabulary is recorded.

5. A large body of collected factual material made it possible to identify the main sources of neologisms in the Ukrainian-language segment of the Facebook social network. It is proved that the most powerful and effective among them is word formation (over 80% of new works). It was found out that productive ways of the derivation of new units in the studied network were the following: suffix (47%), prefix (17%), composition (15%), juxtaposition (5%), abbreviation (4%), truncation (2%), lexical and syntactic method (1%), and semantic derivation (9%).

Another source of Facebook neologisms' enrichment is external linguistic borrowings (about 8%). It was defined that Anglicisms dominate among foreign words (over 68%). The second position is occupied by linguistic borrowings from the Russian language (about 30%). New linguistic borrowings from other languages are

insignificant and comprise up to only 2%. In addition, the source of replenishment of neologisms of the analyzed social network is internal borrowings, i.s. uncodified colloquial words, jargon, and slang (12%).

A distinctive feature of the language means realizing communication processes on Facebook network is the emergence and use of graphic neologisms. They can be formed as a result of substitution of word components (in the basic lexical unit the user replaces a certain structural component) and graphic deformation of the word (derivational technique consists in purposeful graphic distortion of the plane of expression of the creative base).

6. The main stylistic functions performed by neologisms in the Facebook social network have been identified and analyzed.

It was ascertained that a significant part of the analyzed neologisms are the carriers of connotation of contempt, expressed in popular concepts of the information space. The main functional load of these innovations appears to perform communicative intentions and instructions of the users of the Ukrainian-speaking segment of Facebook.

In addition, the neologisms registered in the linguistic space of the analyzed social network are the carriers of connotation of image enhancement, connotation of comedy and connotation of colloquialism. The main functional aim of the neologisms identified in the research process is the variable transfer of information, expressiveness and graphic euphemism.

Thus, the discourse of the Ukrainian-language Facebook social network, in particular its new vocabulary and phraseology, is characterized by a number of features that indicate the exceptional nature of this language material and are indispensable components of present-day social communication. These units testify to the significant lexical, stylistic and word-forming potential of this network, demonstrate broad prospects for the use and enrichment of the national language.

Key words: neologisms, Facebook social network, Ukrainian-language segment, Internet discourse.