УДК 81’367.625
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.1/08

Левченко Т. М.
Університет Григорія Сковороди в Переяславі

Чубань Т. В.
Університет Григорія Сковороди в Переяславі

Шинкар Т. С.
Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МОВІ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

У статті проаналізовано мову засобів масової комунікації, які нині займають ключове місце у формуванні та поширенні лексичного багатства української мови. Зосереджено увагу на нових технологіях, глобалізаційних та динамічних змінах у суспільстві, які й стимулюють постійне поповнення словникового запасу, зокрема за рахунок запозичень з інших мов та формування нових лексичних одиниць. З’ясовано, що семантика та функціювання нової запозиченої лексики у ЗМІ першої третини XXI століття відображає складний характер сучасної комунікації, де лексеми стають не лише засобом передавання інформації, але й відображенням культурних, соціальних та політичних тенденцій. Слова, що потрапляють до мовленнєвого простору через взаємодію з іншими культурами або технологічними інноваціями, нерідко відображають нові реалії, концепти та поняття. Окреслено тенденції до вживання в засобах масової комунікації англізмів, що сприяє не лише розширенню словникового запасу, а й формує нові семантичні асоціації та контексти. Зазначено, що найуживанішими в аналізований період виявилися лексеми з абстрактними значеннями. Це пояснюється тим, що в мову передовсім потрапляють слова з чітким значенням, але невизначеним обсягом поняття, а це, своєю чергою, дозволяє розширювати семантику до трансформації лексем у гіпероніми. Встановлено, що в сучасних масмедіа найактивніше функціюють такі тематичні групи: «Інформаційні технології», «Економіка», «Політика», «Наука», «Культура», «Соціально-психологічні явища»,«Мода та краса», «Спорт», «Продукти харчування». Крім того, установлено, що за останні роки українська мова поповнилася масивом абстрактних лексичних запозичень, що репрезентують саме соціально-психологічні явища, їхні суб'єкти та об'єкти. Незважаючи на деякі позитивні наслідки появи запозичень в українській мові (збагачення лексичного складу, морфемного розмаїття, розширення синонімічних та антонімічних рядів, розширення семантичної структури вже існуючих запозичень), констатовано, що засилля англізмів, на сьогодні набуває масштабних обертів, що призводить до засмічення мови.

Ключові слова: *мова засобів масової комунікації, запозичення, англізми, масмедіа, тематичні групи.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах демократизації суспільного життя та лібералізації соціальних основ і моральних принципів український інформаційний простір зазнає постійних змін, що своєю чергою впливає на розвиток мови, зокрема її лексичної системи. Запозичення, як наслідок мовних контактів, є тим підґрунтям, яке забезпечує активне функціювання мови в усіх сферах суспільного життя. Інтерес дослідників до англізмів як до предмета вивчення пояснюється тим, ця лексика формує певні уявлення про світ і систему цінностей читачів. для яких свідоме використання запозичених слів відображає сучасні тенденції та особливості суспільного життя. З цієї точки зору все більшої актуальності набувають дослідження, присвячені формуванню лексичного складу української мови за рахунок англізмів, вивченню семантичної структури англізмів у порівнянні з їхніми українськими відповідниками. Активне входження англізмів до лексичного складу української мови зумовлене тим, що багато тенденцій у мистецтві, технологіях, економіці, політиці, сфері послуг та інших галузях походять з англомовного світу. Крім того, англійська мова сьогодні визнана універсальним засобом комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вживання запозиченої лексики в мові ЗМІ

є предметом вивчення низки науковців, зокрема В. Акуленко, Л. Архипенко, Є. Карпіловської, Н. Клименко, Д. Мазурик, Н. Попової, О. Стишова, Л. Струганець, Т. Рудакової та інших. Входження запозичень до лексичної системи пов'язане переважно із зовнішніми (екстралінгвальними) та внутрішніми (інтралінгвальними) чинниками. Слід зазначити, що номенклатура цих понять у сучасній лінгвістиці нестабільна. Мовознавці називають їх «екстралінгвістичними» та «інтралінгвальними» (Л. Архипенко [3], Ю. Мрозіцька [7]), «лінгвістичними» та «екстралінгвістичними» (О. Стишов) [10]. Дослідження показали, що важливим чинником поширення та адаптації лексичних запозичень є зростання ролі та впливу засобів масової інформації на всі сфери життєдіяльності суспільства та особистості.

Водночас подальше вивчення питання та поява чергових наукових матеріалів вимагають нового підходу до цієї проблеми.

Актуальність статті визначається необхідністю дослідити ефективність процесу запозичення іншомовної лексики як актуального явища, підкреслити функційну природу та специфіку запозичення лексики у зв'язку з активною медійною діяльністю, здійснити оцінку словникового складу іншомовної лексики, що відображає нові етапи розвитку сучасних мовних засобів, а також відповідні суспільні процеси.

Запозичені слова виконують певну функцію, що полягає в привернені уваги читача. Поява таких лексем у мові ЗМІ засвідчує активний і динамічний процес у словниковому складі сучасної української мови.

Постановка завдання. Мета статті – вивчення особливостей семантики та функціювання нової та новітньої запозиченої лексики у сучасних ЗМІ першої третини XXI ст. Публіцистика обрана нами як об'єкт дослідження, адже це одна з найвідкритіших для запозичень сфер комунікації, що обумовлено насамперед екстралінгвальними чинниками, серед яких визначальним є різноманітність тем (економічних, політичних, соціальних тощо).

Завдання статті полягає в дослідженні основних тенденцій та особливостей еволюції лексичного складу у ЗМІ та їхнього впливу на мовну культуру та сприйняття сучасними мовцями.

Виклад основного матеріалу. ЗМІ посідають особливе місце у формуванні уявлень про світ, що призводить до стихійного накопичення фонових знань. У цьому контексті доречними є слова М. Жовтобрюха: «У ній [періодичній пресі] найбільш інтенсивно відбувається творчий процес перевірки, відбору і закріплення у всенародному вживанні лексичних неологізмів, виникненняких викликане соціальною проблемою» [5, с. 3]. Такий підхід є причиною того, що ЗМІ набувають особливого значення. Популярність засобів масової інформації останнім часом змістила акценти в їхній літературній формі з точки зору сфер, які впливають на розвиток мови, особливо на її лібералізацію. Динамічний темп використання мови в ЗМІ можна пояснити історичним контекстом, в якому вона розвивається, включаючи соціальні, політичні, економічні та психологічні чинники.

Однак саме ЗМІ відіграють чи не найактивнішу роль у розвитку сучасної української мови, хоча таким ресурсом віднедавна була художня література. Сучасний публіцистичний дискурс – це фактично новий аспект мовної структури, що нейтралізує нормативність і неоднозначність традиційної книги, а також обмеженість певних стилістичних і лексичних структур. Цеявище в сучасній мові мас-медіа не слід розглядати як втрату стабільних і незмінних мовних норм. Вплив соціальних чинників на мовні зміни, безперечно, активніший і виразніший у найбільш динамічні періоди розвитку суспільства, коли відбуваються важливі події в різних сферах життя. Тому ЗМІ створюють справді специфічну картину використання мови. Ця ситуація останнім часом викликає суперечливі та негативні судження й оцінки [8, с. 92].

Уведення нових запозичених слів у відповідні функційні сфери та їхнє інтенсивне використання часто залишає негативне враження через відсутність у суспільстві розуміння свободи вираження поглядів. Особливо це стосується інтенсифікації інформаційних хвиль, появи всесвітньої мережі Інтернет та глобальних змін у національному розвитку, збільшення науково-технічних запозичень та розвиток нових вербальних і невербальних знакових систем. Сьогодні відомо, що українська мова зазнає особливого впливу англійської мови, зокрема американської. Основні причини цього явища – активне використання англійської мови як міжнародної, історична ситуація на світовій геополітичній арені (особливо в США), її вплив на сучасне суспільно-політичне життя, позитивна культурна дифузія та впровадження демократії і ринкової економіки в різних країнах, тобто через те, що англомовні країни найрозвиненіші і найвпливовіші.

За спостереженнями мовознавців, найпопулярнішими словами у 2021 р. стали *хайп* та *фейк*. Розберемося у значеннях цих слів, витлумачуючи їх самостійно, адже у жодній лексикографічній

праці ми їх не зустрічаємо. Тому лексема *хайп* (від англ. *hype* – галас, ажіотаж) – жарг. «успішне привернення уваги певної цільової аудиторії до будь-якої події або особи шляхом створення галасу, ажіотажу», а *фейк* – «недостовірна інформація (часто сфальсифікована), яка недобросовісно розповсюджується з метою введення адресата в оману». Очевидно, популярність цих слів пояснюється тим, що дифузність значень дозволяє вживати їх для репрезентації широкого кола соціальних, політичних, економічних та культурних явищ. Лексеми з розмитою семантикою дозволяють адресанту не замислюватися над вибором найточнішої і придатної для вираження думки форми та економити інтелектуальні зусилля. Саме тому слова *фейк* і *хайп* та похідні від них широко використовуються сучасними журналістами: *Гордонівське «інтерв'ю Богдана», про яке зараз з придихом говорять окремі* ***хайпери****, типу: «… ох, як він хвацько щось сказав!»* (Детектор медіа, 11.09.2020); *Він (Порошенко) додав, що наразі ми не маємо права на політичні ігри,* ***хайп*** *і вибори в умовах смертельної для країни загрози* (Україна молода, 17.01.24); Бажання продемонструвати свою «обізнаність», дотичність до «інсайду» та ***«хайпанути»*** на «ситуативі» – природне для будь-якого інформаційного простору (Детектор медіа, 29.08.2022).

За даними нашого дослідження, серед іншомовної лексики в сучасних масмедіа, вживається значна кількість абстрактної лексики (*Інтернет, онлайн* – як саме слово, так і його похідні – *вайб, інсайт, лайк, майнінг, тренд, хейт, краудфандінг, кринж, фріланс* та ін.). Посилення маніпулятивного складника комунікації, особливо в мережевому спілкуванні людей, що характеризується необмеженою свободою вияву психологічних ознак і соціокультурних установок особистості, що призвело до формування нових соціальних реалій, форм взаємодії і потім їх позначень. В українському суспільстві постійно зростає інтерес до психології як науки, також відбувається активне відстоювання прав і свобод особистості, що посприяло входженню в мову нових запозичень, які відображають важливі, зазвичай, негативні соціально-психологічні явища: *аб'юз, аб'юзмент, аб'юзинг* (від англ. *abuse* – «зневажати, лаяти»), яке ми потрактовуємо з таким значенням: «фізичне, психологічне, економічне насильство, яке здійснюється однією людиною чи групою осіб щодо іншої людини чи групи осіб з метою придушення волі жертви», напр.: *Він ніколи не зміниться, тому що* ***аб'юз*** *– це дуже потужна психологічна травма* («Фокус», 08.11.2023); *булінг* (від англ. *bullying*) – «систематичне агресивне переслідування, цькування, залякування із застосуванням фізичної та моральної сили» [10, с. 398], напр.: *Рішень суду щодо проявів* ***булінгу*** *небагато поки що, але вони вже є* («Вечірній Київ», 02.04.2019); *віктимблеймінг* (з англ. *Victim* – «жертва», *blame*– «звинувачувати») – це процес знецінення, який має місце, коли жертва злочину несе відповідальність – цілковито або частково – за злочин, вчинений щодо неї [12], напр.: ***Віктімблеймінг*** *може бути прищеплений ще у дитинстві* («Освіторія Медіа», 13.02.2023); *газлайтинг* (від англ. *gaslighting*, походить від назви п'єси П. Гамільтона «Газове світло» («Gaslight») та її однойменної екранізації – «форма психологічного насильства, при якій маніпуляторзаперечує факти, що відбулися, намагаючись змусити жертву сумніватися у власних спогадах ізмінюючи її сприйняття реальності» [6, с. 163], напр.: *Отже, що робити, якщо ви розумієте, що зіткнулися з* ***газлайтингом****?* («Бердичів. biz», 20.06.2022); *харасмент* (від англ. *harrasment* – «занепокоєння, тривога, турбота» [2, с. 517]) – «форма дискримінації, яка включає будь-яку небажану і настирливу фізичну та словесну поведінку, що ображає чи принижує людину, порушує недоторканність її приватного життя» [6, с. 163], напр.: *Користувачі російського сегменту Twitter почали масово ділитися історіями про сексуальні домагання та* ***харасмент*** *з боку чоловіків, які переважно працюють чи працювали в російських ЗМІ* («Детектор медіа», 14.07.2020); *Нагадаємо, що нині в українському законодавстві немає статті про* ***харасмент*** («Вечірній Київ». 13.08.2022); *неглект* (від англ. *neglect*– «зневажання, зневага, недбалість, неувага» [2, с. 12]) – «зневага, недбалість, відсутність турботи та халатне відношення до своїх зобов'язань. Це пасивна форма аб'юзу» [11, с. 112], напр.: *Ця манера спілкування – поширена форма* ***неглекта****, нерідко використовувана у відносинах для дестабілізації позиції партнера* (Ukr. Media, 28.10.2022); *бодіпозитив* (від англ. *body* – «боді», positive – «щось позитивне»), значення якого витлумачуємо самостійно: феміністський рух, що проголошує вміння позитивно ставитися до свого зовнішнього вигляду, почувати себе комфортно у своєму тілі при всіх його недоліках, напр.:*Здоровим проявом* ***бодіпозитиву*** *вона називає здоровий глузд, доказову медицину і психологію* («Суспільне новини», 05.06.2021); *Далі олії у вогонь підлила депутатка «Слуги народу» Мар'яна Безугла, яка вирішила обговорити, «чому ожиріння – це хвороба, а не про*

бодіпозитив» (BBC, 02.08.2023); *боді-шеймінг* (від англ. *body* – «тіло» та *shame* – «ганьба») – «дискримінації стосовно людини є її зовнішній вигляд, коли осуджується тіло, так звана «оболонка», яка сприймається зорово» [4, с. 23], напр.: *Зараз соціальні мережі стали ідеальним місцем для* ***боді-шеймінгу****, оскільки вони надають можливість анонімно критикувати інших* (Високий вал, 02.03.2024); *флейм, флеймінг* (від англ. *flame* – спалахнути, загорітися), що потрактовуємо зі значенням: жарг.: «агресивна суперечка, яка несподівано виникла в процесі інтернет-спілкування в чатах, соціальних мережах, на форумах та через непорозуміння, образу, навмисну провокацію», напр.: *Опитування показало, що інтернет-булінг переважно виражається у формі* ***флеймінгу*** (Час, 28.08.2019); *сексизм* (від англ. *sexism*) – дії чи ставлення, що дискримінують людей, на основі лише їх статі [1, с. 140], напр.: *У 2021 році* ***сексизму*** *не поменшало в політиці та медіа, тож в Україні втретє вручать Антипремію «Це яйце!»* («Детектор медіа», 02.12.2021); *Прем'єрка Італії Джорджія Мелоні розлучилася з чоловіком через* ***сексизм*** («Україна молода», 22.10.2023); *ейблізм* (від англ. *ableism*) – системна дискримінація та соціальне упередження щодо людей з інвалідністю, ментальними захворюваннями [6, с. 163], напр.: *...тоді як інші все ще продовжують свою боротьбу проти системного* ***ейблізму*** (Медіум, 03.01.2023); *ейджизм* (від англ. ageism) – створення негативних суспільних стереотипів та дискримінація окремих людей або груп людей за віковою ознакою [6, с. 163], напр.: *Сподіваюся, це не відчитають як* ***ейджизм****, а якщо й відчитають, то мені байдуже: люди старшого віку (60+) прохолодно ставляться до серіалів і найчастіше кажуть, що не мають на таке часу й терпіння* («Високий Замок», 16.11.2020).

Характерно, що перелічені запозичення беруть активну участь у творенні нових слів і цілих словотворчих гнізд: *аб'юз → аб'юзивний; аб'юзити; аб'юзер → аб'юзерський; аб'юзерити; аб'юзерка; булити → булер → булерка; булерський; булінг → булінговий; антибулінг, контрбулінг* та ін. Крім того, новітні запозичення утворюють синонімічні та антонімічні пари: *буллінг – моббінг, буллінг – антибулінг, антибулінг – контрбулінг, хейтинг – шеймінг, шеймінг – антишеймінг* та ін.

Активно функціює нова соціально-психологічна лексика у мові сучасних масмедіа. У більшості випадків журналісти все ж таки прагнуть роз'яснити аудиторії значення нових і незвичних для українського слухача/читача слів: *У спільному звіті чотири установи ООН заявили, що дискримінація, пов'язана з віком (****ейджизм****), стосується не лише літніх людей* («Радіо свобода», 18.03.2021); ***Булінг*** *– зумисне цькування – є актуальною проблемою для системи освіти* («Детектор медіа», 03.06.2020); ***Віктімблеймінг*** *– це звинувачення жертв фізичного та сексуального насилля, жертв шахраїв, в цілому, людини, яка постраждала від чогось. Це явище широко розповсюджене в нашому суспільстві і я думаю, кожна людина хоча б раз житті чула «ти сам винен» чи «ти сама спровокувала» щось* («УНН», 02.02.2023). Регулярній появі такої лексики сприяє те, що у вік цифрових технологій соціальні мережі та платформи дозволяють людям ділитися інформацією про себе з іншими, часто незнайомими і негативно налаштованими людьми, які, виходячи з психологічних стереотипів, що існують у їх свідомості, можуть виявляти стосовно оточуючих нетолерантність і навіть агресію. Безумовно, більшість із цих явищ були присутніми в нашому житті й раніше, але багатьом із них, на відміну від расової та національної дискримінації, не давали назв. Наприклад, ***ейджизм*** *(утиск прав людини за віковою ознакою) – явище, з яким регулярно стикаються жінки протягом століть.Так, завжди – і в минулому столітті, і навіть зараз – жінки, які не вийшли заміж до 25 років, вважалися «старими дівами», незавидними нареченими* («Лубенщина», 23.04.2018).

У мові сучасних засобів масової комунікації досить часто натрапляємо на семантичні трансформації, зокрема при запозиченні лексики спостерігаємо зміну обсягу її значення в українській мові у порівнянні з мовою-джерелом. Останнім часом помічаємо й звуження обсягу значення, що виражається у закріпленні запозичення за певними контекстами. Про таке явище неодноразово згадували мовознавці, зокрема йшлося про те, що лексема*шоп* використовується в українській мові не до назви будь-якого магазину, а лише до такого, що в якому продають престижні речі, переважно західного виробництва (звичайний магазин продовольчих товарів ніхто *шопом* не назве). Як новітнє запозичення, значення якого зазнало звуження в українській мові, можна навести слово *харасмент* (від англ. *harrasment* – знущання, домагання). В англомовному світі воно використовується для опису ситуацій, в яких одна людина принижує честь і гідність іншої (ображає, тисне, порушує особисті межі). У нас під цим словом практично завжди розуміють сексуальні домагання, як правило, на роботі, напр.: *Користувачі*

російського сегменту Twitter почали масово ділитися історіями про сексуальні домагання та ***харасмент*** *з боку чоловіків, які переважно працюють чи працювали в російських ЗМІ* («Детектор медіа», 14.07.2020).

Низка запозичень, що давно закріпилися в українській мові, метафорично переосмислюються, набуваючи нових значень. Останніми роками таке розширення значення спостерігаємо у прикметника *токсичний*. У жаргоні та мові масмедіа він набуває нового значення, яке потрактовуємо як: «такий, який надає негативний, згубний вплив на кого-небудь», як і іменник *токсик* («токсична людина», той, хто справляє неприємне враження, дратує оточуючих нетактовністю, занудством, егоїстичністю, схильністю радити або вимагати щось, скаргами або зайвою прив'язливістю, уразливістю, недоречністю. поведінкою тощо»), напр.: *Потужна і* ***токсична*** *пропаганда. Вплив російських ЗМІ в окупації посилюється?* (заголовок) («Радіо свобода», 01.09.2022); ***Токсичні*** *стосунки, на відміну від здорових, заважають* («Високий Замок», 26.10.2020); *Навпаки – вона перетворилася на такий* ***токсик****, що тепер будь-яка критика Головкома навпаки гальмується в зародку думкою: … це я тепер в один ряд з Безуглою стаю?* («Високий Замок», 07.01.2024). Слова *егоїст, егоїзм, егоїстичний*, які давно й міцно увійшли в українську мову, в останні десятиліття під впливом західного світогляду стали набувати позитивних конотацій: *Хай живе здоровий* ***егоїзм***! (заголовок) («День», 15.02.2023); *Чому бути* ***егоїстом*** *– нормально: відповідь психолога* («Сьогодні», 20.08.2020).

З появою нових життєвих реалій у нашу мову входять нові слова. Іноді в мові не існує однослівних позначень для явищ і процесів, що тільки з'явилися, тоді ці лакуни заповнює іншомовна лексика. У такому випадку її вживання цілком доречне і виправдане. Так, слово *коворкінг* і похідне від нього *коворкінговий* означає тип бізнесу, що недавно прийшов до нас з-за кордону: надання в оренду єдиного робочого простору для організації діяльності кількох компаній або людей; а лексема кол-центр використовується для номінації підрозділу організації, що спеціалізується на обробці звернень її співробітників або клієнтів та інформуванні їх по голосових каналах зв'язку, напр.: *Медіацентр Україна – Укрінформ журналістів у* ***коворкінг****, де стабільно є електроенергія, наявний зв'язок та вільні місця для роботи* («Детектор медіа», 28.11.2022); *В умовах сучасної повсякденності оренда офісів у* ***коворкінгу*** *все більше стає популярною* («Детектор медіа», 21.06.2023); *Ми змагаємось не з* ***коворкінгами****. Ми змагаємось із традиційними офісами* («24 канал», 17.12.2020).

Використання іншомовної лексики ефективне тому, що дозволяє заощаджувати мовні зусилля та друкований простір. Так, слово *краудфандинг*, що стало модним наприкінці 2016 року, використовується частіше, ніж словосполучення *громадське фінансування* чи *співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій*, саме через свою однослівність. Іноді вони використовуються як синоніми: *Перевірені ресурси для збору допомоги Україні за кордоном:* ***краудфандингові*** *платформи, організації та фонди* («Детектор медіа». 18.01.2024). Справді, в умовах глобалізаційного поступу простіше, і в багатьох випадках доречніше, використовувати запозичену й поширену в усьому світі англійську лексему. Так з'явилися поширені сьогодні лексеми *ріелтери, лоукостери, брокери*: *Черкаські* ***ріелтори*** *виступили проти законопроекту щодо їх діяльності* («Суспільне новини», 17.07.2020); ***Лоукостер*** *Wizz Air нібито оголосив про зупинку рейсів до Кишинева* («Укрінформ», 11.08.2020); *Персональні дані клієнтів* ***брокера*** *«Фрідом Фінанс» опинилися під загрозою* («УНІАН», 27.12.2020).

Іноді для вираження значення слова потрібно вживати складну описову конструкцію, внаслідок чого варто використовувати запозичену лексику. Наприклад, автори рецензій, висвітлюючи твори культури, використовують слова *спойлер* (від англ. *tospoil* – умисне і передчасне розкриття концептуально важливих деталей сюжету книги, фільму, спектаклю) або *кліфхенгер* (від англ. *cliffhanger* – художній прийом, що полягає в раптовому закінченні оповідання в кульмінаційний момент або у створенні відкритої кінцівки з метоюзацікавити читача-глядача та змусити їх чекати продовження у наступній частині твору). Журналісти вживають запозичені лексеми не стільки через моду на все англомовне, скільки для того, щоб однослівно передати зміст, для реалізації якого в українській мові знадобилися б громіздкі описові конструкції: *Для утримання уваги глядача фільммейкери використовують такий прийом, як* ***кліфхенгер*** («Детектор медіа», 23.08.2021); *Як поводитися з друзями-****спойлерами***? («Стихів медіа», 19.01.2022).

За допомогою запозичень збагатилася не тільки лексична, а й словотвірна система української мови. Як приклад можна навести запозичені

суфікси *-ер, -ація, -ат*, які протягом тривалого часу беруть активну участь у творенні словоформ, а з кінця ХХ ст. дедалі більшої активності набирає суфікс *-инг (-інг)*. При цьому, на жаль, не завжди враховуються суттєві відмінності української та англійської граматичної систем, адже в англійській мові немає флективних розмежувань частин мови, а в українській кожна частина мови має свою словозмінну парадигму. Внаслідок цього під час адаптації низки запозичених слів (*банкінг, джипінг, ліфтинг*) порушуються норми українського словотворення, зокрема процесуальних іменників за допомогою нового для української мови суфікса *-инг* (*-інг*) від дієслів (*моніторити – моніторинг, шоп – шопінг*).

Іншомовна лексика вже давно використовується не тільки для репрезентації явищ, які неможливо висловити одним знайомим словом або словосполученням, але навіть для вираження емоцій (*Вау! Упс!*) та підтримки контакту зі співрозмовником (*Окей! Гуд! Хай! Гуд-бай! Бай!*). Натрапляємо на такі слова і в масмедійному спілкуванні: *Присядьте, бо це* ***вау****!* («Корупція-Інфо», 04.11.2023); *Упс, а що трапилося?* («Детектор медіа», 17.04.2021); ***Вау****-ефект: 5 наукових відкриттів липня* («Репортер», 05.08.2021); *Для дітей часто доводиться використовувати* ***вау****-ефект. Адже на початку шляху їх потрібно зацікавити, залучити до освітнього процесу ігрові технології* («Детектор медіа» 31.08.2021); *Стартувала інформаційна кампанія «Шахрай* ***Гудбай****»* («Укрінформ», 07.07.2023); ***Гудбай****, динар,* ***гудбай*** («Голос України», 19.01.2024).

Висновки. Отже, уникнути використання запозиченої лексики у сучасній українській мові журналісти не можуть, адже з появою нових життєвих реалій виникає потреба в їх однослівній номінації, що не завжди можна забезпечити лексичними засобами рідної мови. Запозичені слова, що найактивніше вживаються в сучасній українській мові, можна умовно об'єднати в тематичні групи: «Інформаційні технології», «Економіка», «Політика», «Наука», «Культура», «Соціально-психологічні явища», «Мода та краса», «Спорт», «Продукти харчування», адже це найважливіші сфери життя й діяльності сучасної людини.

На сьогодні масмедійна комунікація є однією зі сфер спілкування, яка найвідкритіша для всього нового, зокрема й запозичень. Запозичення – це постійний мовний процес, який має як позитивні, так і негативні наслідки. До позитивних явищ можна віднести збагачення української мови: розширення її лексичного складу (включаючи поповнення синонімічних та антонімічних рядів), морфемного складу, поява нових значень у лексемах, що вже закріпилися в мові. Негативним наслідком є засмічення рідної мови, що виражається в недоречному та непомірному використанні іншомовної лексики.

Список літератури:

1. Англо-український словник: У 2-х томах. Склав М. І. Балла. Київ : Освіта, 1996. Т.1. 752 с.
2. Англо-український словник: У 2-х томах. Склав М. І. Балла. Київ : Освіта, 1996. Т.2. 712 с.
3. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця ХХ – початку ХХІ ст.) : автореф. дис. … канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2005. 23 с.
4. Вакулик І. Студіювання досліджень щодо поняття «булінгу» та його видів. *International Science Journal of Education & Linguistics*. Vol. 1, No. 5, 2022, pp. 21-27. DOI: 10.46299/j.isjel.20220105.03.
5. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX ст.). Київ: Наук. думка, 1970. 303 с.
6. Лещук Г. В. Віктимблеймінг як соціальна проблема. *Науковий журнал Хортицької національної академії*. № 5 (2021). 160-168 с.
7. Мрозіцька У. Л. Інтра- та екстралінгвістичні чинники розвитку мови-реципієнта (на матеріалі латинських запозичень в українській мові) : автореф. дис. … канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство». Київ, 2002. 18 с.
8. Словник Європейського інституту з ґендерної рівності. Пер. М. Бабак, О. Давліканової, М. Дмитрієвої, М. Козир, Л. Компанцевої, К. Левченко, М. Скорик, О. Суслової. Київ : «Вістка», 2021. 170 с.
9. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ : Вид. центр КНЛУ, 2003. 288 с.
10. Яценко Н. О. Булінг – цькування. *Термінологічний вісник*. 2019, вип. 5. С. 398–399.
11. Currie J. and SpatzWidom C. Long-Term Consequences of Child Abuse and Neglect on Adult Economic Well-Being. *ChildMaltreat*. 2010 May; 15(2): 111–120.
12. Ryan W. Blaming the Victim. Vintage Books, New York, 1976. 368 p.

Levchenko T. M., Chuban T. V., Shynkar T. S. LEXICAL INNOVATIONS IN THE LANGUAGE OF THE UKRAINIAN MASS MEDIA

The article analyzes the language of mass media, which currently occupy a key place in the formation and dissemination of the lexical richness of the Ukrainian language. Attention is focused on new technologies, globalization and dynamic changes in society, which stimulate the constant replenishment of the vocabulary, in particular through borrowings from other languages and the formation of new lexical units. It has been found that the semantics and functioning of new borrowed vocabulary in the media of the first third of the twenty-first century reflects the complex nature of modern communication, where lexemes become not only a means of transmitting information but also a reflection of cultural, social and political trends. Words that enter the language space through interaction with other cultures or technological innovations often reflect new realities, concepts and notions. The author outlines the tendencies of using anglicisms in the mass media, which not only contributes to the expansion of vocabulary, but also forms new semantic associations and contexts. It is noted that the most used in the analyzed period were lexemes with abstract meanings. This is due to the fact that the language primarily includes words with a clear meaning but an uncertain scope of the concept, which, in turn, allows for the expansion of semantics to the point of transforming lexemes into hyperonyms. It has been established that the following thematic groups are most active in modern mass media: «Information Technology», «Economics», «Politics», «Science», «Culture», «Social and Psychological Phenomena», «Fashion and Beauty», «Sports» and «Food». In addition, it has been established that in recent years the Ukrainian language has been replenished with an array of abstract lexical borrowings representing social and psychological phenomena, their subjects and objects. Despite some positive consequences of the appearance of borrowings in the Ukrainian language (enrichment of lexical composition, morphemic diversity, expansion of synonymous and antonymic series, expansion of the semantic structure of existing borrowings), it is stated that the dominance of Anglicisms is now gaining large-scale momentum, which leads to the clogging of the language.

Key words: *language of mass communication, borrowings, anglicisms, mass media, thematic groups.*