

Міністерство освіти і науки України  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Факультет іноземної філології  
Кафедра англійської мови

Дипломна робота  
магістра

з теми: **«ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ І СЛЕНГІЗМІВ  
АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ»**

Виконавець: здобувач другого  
(магістерського) рівня вищої освіти  
групи Ang1-M22  
спеціальності 014 Середня освіта  
(Мова і література (англійська))  
**Мейко Ольга Юріївна**

Керівник: **Марчишина А.А.**,  
доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри англійської мови

Рецензент: **Калинюк Т.В.**,  
кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач  
кафедри німецької мови

Кам'янець-Подільський – 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Інновація як результат процесу неологізації.....	9
1.1.1. Принципи визначення мовних інновацій.....	10
1.1.2. Типологія англomовних лексичних інновацій.....	13
1.2. Англomовний медійний дискурс як одне із джерел поповнення словникового складу мови.....	16
1.2.1. Медійний дискурс – реальність, створена засобами масової комунікації.....	18
1.2.2. Роль лексичних інновацій в організації медійного дискурсу.....	20
Висновки до розділу.....	23
<b>РОЗДІЛ 2. НЕОЛОГІЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИЧНОГО СКЛАДУ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ.....</b>	<b>25</b>
2.1. Джерела і чинники виникнення неологізмів сучасного англійського медіа дискурсу.....	25
2.1.1. Природа масмедійного тексту.....	25
2.1.2. Онтологічні й морфологічні особливості творення неологізмів.....	27
2.2. Функціональний потенціал неологізмів.....	33
2.3. Типологія неологічних одиниць в англomовному медіа дискурсі.....	35
2.4. Семантичні різновиди лексичних неологізмів.....	40
2.5. Етимологія медійних неологічних одиниць.....	48
2.6. Сленг в сучасній мові медіа.....	51

2.6.1. Природа сучасного англомовного сленгу.....	51
2.6.2. Підходи до класифікацій медійного сленгу.....	52
Висновки до розділу.....	55
<b>РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ЛЕКСИЧНИХ НОВОТВОРІВ ТА СЛЕНГУ.....</b>	<b>57</b>
3.1. Тенденції семантичного розвитку лексичного складу сучасної англійської мови.....	57
3.2. Словотвір неологізмів.....	60
3.2.1. Афіксація.....	63
3.2.2. Словоскладання, скорочення, конверсія.....	66
Висновки до розділу.....	74
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>76</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>79</b>

## ВСТУП

У 90-х роках ХХ-го століття в англomовній науковій літературі з'явився термін «медіа текст»/«медіатекст», який став широко використовуватися у дослідженнях останніх років, які присвячені масовим комунікаціям. Зарубіжні фахівці (А. Белл, Т. ван Дейк, М. Монтгомері, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер) вивчали і функціонально-стильові особливості мови ЗМІ, і типологію медіатекстів, і лінгвомедійні технології.

У сучасному світі з розвитком усіх засобів масової інформації медіатексти є основним способом передачі та поширення інформації. Медіатекст – це «складна динамічна одиниця вищого порядку, до структури якої входять одиниці не тільки вербального рівня» [3, с. 121]. У медіатекстах відображаються соціокультурні зміни і тому він розглядається як актуальний матеріал для досліджень. У цій роботі медіатекст можна визначити як динамічну складну одиницю вищого порядку, за допомогою якої здійснюється мовне спілкування у сфері масових комунікацій.

Виникнення нових слів у мові – процес постійний і неперервний. Кінець ХХ – початок ХХІ століття позначився суттєвими суспільними, економічними, політичними та культурними змінами, що викликали появу величезної кількості нових реалій і понять, які потребували номінації. Природа нових слів, їхнє входження в систему англійського вокабуляру забарвлюють мовний лексикон інноваційними маркерами. Тому *неологію* можна вважати науковою галуззю, що знаходиться на стику двох розділів – лексикології і словотвору.

Інтенсифікація інноваційних процесів зумовлює підвищення інтересу мовознавців до проблем неології взагалі, лексичної зокрема. Усі визначення терміну «інновація» загалом опираються на положення, що це процес створення, освоєння і поширення чогось нового. У сучасному мовознавстві існує декілька термінів на позначення мовних новотворів. Терміном «інновація» узагальнюють появу всього нового в житті людини в результаті розумової діяльності, науково-технічного прогресу, змін в усіх сферах

суспільної діяльності, зумовлених новими винаходами та феноменами. Інноваціями називають поняття, що позначають нове явище в мові [26, с. 9]. Лексична інновація – це нове за змістом, формою слово, словосполучення чи фразеологічний зворот, словотвірно змодельоване чи запозичене з іншої мови, що може бути зафіксоване у словниках неологізмів. Семантичними інноваціями називають нові значення слів, що вже існували в мовній системі. Виникнення таких інновацій зазвичай спричинено необхідністю нового поняття, оновленням форми слова, що вже існує, потребою збагачення семантичного поля оновленим адаптованим елементом. Інноваційні зміни виявляються на всіх мовних рівнях, тоді як лексична інновація є результатом неологізації. Суспільство сьогодні перебуває в стані постійних змін і нових відкриттів, що зумовлює виникнення номінації цих явищ. Нові лексеми, які з'являються в результаті цього, називають інноваціями, неологізмами, новотворами [60].

Слід звернути увагу, що не існує єдиного підходу у відокремленні цих термінів. Дехто з науковців вважає новотвори стабільнішими за неологізми, ґрунтуючись на тому, що новотвори є єдиними назвами нових явищ. Натомість інші дослідники неологізмами називають саме нові поняття, що не існували раніше, зауважуючи, що новотвором можна вважати і появу нової назви вже існуючого явища чи поняття. Нові слова, авторство яких належить конкретній людині, називають оказіоналізмами. Від неологізмів їх відрізняє те, що виникають вони переважно із порушенням логіки сполучуваності і застосовуються зазвичай лише окремим автором з метою утворення стилістичного ефекту в конкретній ситуації [66]. У цьому дослідженні будемо послуговуватися саме терміном «неологізми», позначаючи ним нові лексичні одиниці, що з'явилися в англійській мові засобами масової комунікації у період кінця ХХ – початку ХХІ століття.

Основи вітчизняної неології як науки про мовні інновації були закладені академічною лексикографією в ХІХ ст. Базові постулати теорії лексичної інновації сформувався в мовознавстві ще в першій половині ХХ ст. Особливий внесок у формування сучасних теорій і принципів неології зробили такі видатні

лінгвісти, як І. А. Бодуен де Куртене, О. О. Потебня, Л. В. Щерба. Сутність неологізмів як специфічних лексичних одиниць досліджували Ж. В. Колоїз [31], А. А. Калетнік [24], Хільке Ельзен [80], К.-Х. Бест [74], Д. Герберг [84], В. А. Гладка [7], О. А. Стишов [60].

У сучасних лінгвістичних дослідженнях нові лексичні одиниці традиційно розглядають як результат динамічних процесів, які відображають адаптацію мови до трансформацій, що відбуваються в політичній, економічній і соціальній сферах діяльності людини/ Разом із появою нових понять і явищ відбувається оновлення лексики англійської мови, а з ним – і поява досліджень, які вивчають статус нових одиниць та їх системні й узуальні характеристики.

**Метою** цієї магістерської роботи є виявлення лінгвальних ознак, а саме особливостей творення, семантики й функціонування неологічних та сленгових лексичних одиниць в дискурсі засобів масової інформації.

Комплексна мета передбачає виконання низки **завдань**:

- обґрунтувати визначення ключових понять, релевантних для проблематики дослідження;
- окреслити лінгво-прагматичну природу англомовного медійного дискурсу;
- встановити етимологію неологічних та сленгових одиниць;
- виявити й класифікувати способи творення нових лексичних одиниць у медійному дискурсі.

**Об'єктом** дослідження слугують неологізми і сленгізми, вилучені методом суцільної вибірки із сучасного англомовного медійного дискурсу.

**Предмет** вивчення становлять дискурсивні, семантичні, стилістичні та структурні особливості сучасних англомовних медійних неологізмів і сленгізмів.

**Матеріалом** дослідження слугували неологічні та сленгові лексичні одиниці сучасної англійської мови, вибрані з електронних друкованих засобів

масової інформації США та Великої Британії, з лексикографічних джерел та текстових фрагментів онлайн-комунікації.

Опрацювання фактичного матеріалу здійснювалося із використання комплексної **методики**, що містить загальнонаукові й спеціальні лінгвістичні методи і прийоми. *Аналіз і синтез* слугували виокремленню елементів фактичного матеріалу, їх розгляд як складників лексичної системи сучасної англійської мови та формування цілісного уявлення про медійний дискурс як середовище появи, сигніфікації та функціонування неологізмів і сленгізмів. *Словотвірний аналіз* дозволив установити структурні особливості досліджуваних одиниць та класифікувати їх за типовими моделями; *контекстуально-інтерпретаційний* – для з'ясування специфіки значення слів та словосполучень у медійному тексті; *метод суцільної вибірки* – для вилучення одиниць для аналізу й комплектування корпусу фактичного матеріалу.

**Теоретичне значення** магістерської роботи полягає в подальшій розробці такого розділу теорії номінації, як лексична неологія, у визначенні загальної для мови і прагмалінгвістики методологічної парадигми, на базі якої розробляються методи вивчення лексичних новотворів та загалом – у розширенні розуміння медійного дискурсу як лінгво-прагматичного і стилістично-функціонального феномену комплексної природи, що слугує як засіб смислотвірного і маніпулятивного впливу на реципієнта, а також як лінгвально сприятливе середовище створення, сигніфікації й ужитку нових та переосмислення наявних у мові лексичних одиниць.

**Практичне значення** дослідження полягає в тому, що висновки, отримані під час опрацювання та оформлення його матеріалу можуть застосовуватися у формуванні мовної компетенції у тих, хто вивчає англійську мову як елемент фахової підготовки та на розмовно-повсякденному рівні. Матеріали роботи можуть застосовуватися у практиці навчання й викладання, зокрема, в лекційних курсах з країнознавства, лексикології та стилістики сучасної англійської мови і загального мовознавства, курсах за вибором з англійської

неології, для написання наукових праць з лінгвістики, медійної публіцистики, соціології тощо.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків.

**Апробація результатів дослідження.** Ключові положення магістерської роботи були висвітлені у доповіді на звітній конференції студентів і магістрантів Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка за результатами наукової роботи у 2022 р. та опубліковані у збірнику матеріалів конференції (тези доповіді «Структурно-семантичні ознаки сучасних англomовних сленгізмів». Збірник наукових праць студентів та магістрантів К-ПНУ імені Івана Огієнка. 2023. Вип. 17. С. 9–10).



## ВИСНОВКИ

У лексичній системі сучасної англійської мови відбуваються інтенсивні процеси, які виявляються, в значному збільшенні термінів, у виході термінологічних одиниць за межі вузькопрофесійного використання, появи нових лексичних одиниць на позначення нововиниклих понять чи задля перейменування чинних, заміні застарілих номінацій на більш актуальні та трендові, їхньому інтенсивному проникненні в загальнолітературну мову. Не минули ці процеси й медійний дискурс.

Досліджуваний мовний матеріал засвідчує, що словотвірна та семантична деривація є одним із важливих джерел лексичного збагачення різних типів дискурсу, зокрема, медійного, а також англійської мови загалом. Про це свідчить мовна реальність: у лексикографічних працях початку XXI століття кодифіковано багато нових слів та нових значень, що розвинулися в аналізованому типі дискурсу.

Розвиток інноваційної семантики в медійному вокабулярі відбувається за загальномовними законами. Переосмислення і значеннєві зрушення зумовлюють процеси розширення та звуження семантичного обсягу лексем, утворення нових слів і значень та зміни сфери їхнього функціонування.

Найпродуктивнішим для дериваційних медійних неологізмів є морфологічний спосіб словотворення, зокрема суфіксальний. До групи найчастотніших новотворів належать інноваційні утворення на позначення предметної дії або процесу, що здебільшого позначають наукові чи популярні актуальні поняття.

Одним із провідних процесів творення нових слів – аббревіація, що є результатом дії закону економії мовних зусиль. Аббревіатури, як і інші складні слова, компактні за своєю структурою і водночас зрозумілі, що й зумовлює їх перевагу перед словосполученнями. У засобах масової інформації початку XXI ст. представлено часткові (комбіновані), ініціальні (літерні, звукові, літерно-звукові) та складові (із початкових частин слів) аббревіатури.

Завдяки основокладанню лексики англомовного медійного дискурсу інтенсивно поповнилася новими композитами – загальноживаними словами, а також лексемами, що позначають наукові, виробничо-професійні та популярні в суспільстві поняття.

Словниковий склад медійного дискурсу кінця ХХ – початку ХХІ ст. збагатився не лише за рахунок появи нових слів, але й унаслідок семантичного розвитку лексичних одиниць, наявних у мові. Фактичний матеріал засвідчує, що зміни в семантичному наповненні й функціонуванні відбулися в багатьох номінаціях, різних за функціонально-стильовою віднесеністю, емоційно-експресивною, оцінною та нормативною характеристикою.

Етимологічний спектр медійних лексичних інновацій поповнюють численні запозичення на позначення понять різних сфер суспільного життя.

Розвиток інноваційної семантики в нових словах, як і в інших групах слів, нерідко зумовлений не потребами в номінуванні певних явищ, а тенденціями до виразності та експресивності. Неологізми часто стають джерелами для формування соціолектів, оскільки вони зазвичай несуть відбиток новизни й незвичайності, що спонукає мовців модифікувати їх зміст, відповідно до “потреб” певного угруповання. Це пояснює виникнення нових сленгових одиниць, які, проникаючи в медійний дискурс, несуть відбиток живого, активного суспільного життя, є соціально детермінованими і короткочасними за новизною та актуальністю свого стилістичного забарвлення та поняттєвого змісту.

Зроблений у ході дослідження опис способів творення медійних неологізмів і сленгізмів та розвитку нових значень і слововживань має значення для лексикографічної практики укладання словників різних типів, глосаріїв, а також сприятиме поглибленому осмисленню стилістичних, семантичних та словотвірних можливостей медіадискурсної лексики. Поява словотвірних і семантичних неологізмів засвідчує тісний зв'язок мови з життям соціуму, роль позалінгвістичних чинників в динаміці лексико-семантичної системи сучасної англійської мови. Найактивніше поповнився словниковий

склад дослідженого медійного дискурсу неологізмами, які репрезентують суспільну, політично-адміністративну, фінансово-економічну, інформаційну лексику, а також словами, що функціонують у різних галузях знань. Заглиблення засобів масової інформації у суспільно-політичні, науково-технічні, соціально-побутові проблеми зумовило розширення сленгового прошарку англomовного медійного словника.

Вивчення лексичного складу мови у його різних лінгво-категоріальних та суспільно-прикладних вимірах не втратить своєї актуальності для жодної живої мови, тим паче, для такої затребуваної, як англійська. Тому перспективним вважаємо дослідження будь-якого аспекту англійської лексики у синхронічному зрізі, зокрема, у тих функціональних стилях, які інтенсивно розвиваються чи навіть з'являються як відгук на запити народу-носія. Цікавим і вартим дослідницької уваги є розгляд та спостереження за формуванням медійної і сленгової фразеологічної системи і зародження й активний вжиток одиниць медіафразеології.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Англо-український словник: більше 100 000 слів (350 000 варіантів перекладу) [за ред. Гороть Є. І.] Вінниця: Нова Книга, 2016. 1700 с.
2. Андрусяк І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Ужгород, 2003. 268 с.
3. Артамонова І. М. Медіатекст сучасних ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Філологія». Харків, 2007. № 766. Вип. 51. С. 120–124.
4. Бялик В. Д. Когнітивно-дискурсивні стратегії дослідження неологізму. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Філологічні науки. Прагмалінгвістика. 2009. № 6. С. 163–168.
5. Гармаш О. Л. Виникнення словотворчих морфем та процеси афіксальної деривації англійської мови (лінгвокогнітивний аспект). *Наукові записки*. Серія «Філологічна». Острого: Вид-во Національного університету «Острозька академія». 2012. Вип. 26. С. 63–66.
6. Гармаш О. Л. Збалансованість процесу поповнення словникового складу сучасної англійської мови. *Нова філологія* : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. № 36. С. 182–190.
7. Гладка В. А. Поняття «неологізм» у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер. : Філологічна. 2009. Вип. 11. С. 170–177.
8. Грацкова І. Ю. Неологізми у сучасній англійській мові. *Мовознавство*. 2015. № 5 (17). С. 114–118.
9. Гусак І. П. Структура та прагматика фрагментованих лексичних одиниць у сучасній англійській мові (на матеріалі мови мас-медіа): автореф.... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2005. 22 с.
10. Дзюбіна О.І. Диференціальні ознаки неологізмів і okazіоналізмів. *Мови професійної комунікації: лінгвокультурний, когнітивно-дискурсивний,*

- перекладознавчий та методичний аспекти*: матер. міжнар. наук.-практ. конфер., 17 квітня 2014 р. Київ : Вид. кафедра НТУУ «КПІ», 2014. С. 105–106.
11. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2016. 206 с.
12. Єнікєєва С. М. Динамічна синхронія словотвірного гнізда (на матеріалі англійської мови). *Гуманітарний вісник*: всеукр. зб. наук. праць. Серія: Іноземна філологія. Черкаси : ЧДТУ, 2007. Т. II. № 11. С. 329–334.
13. Єнікєєва С. М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 1999. 176 с.
14. Желтухина М. Р. Про вміст мас-медійного дискурсу. *Вісник Луганського педагогічного університету ім. Т.Шевченка*. Серія «Філологічні науки». Луганськ, 2007. № 11. Ч. 1. С. 27–40.
15. Зацний Ю. А. Англо-український тематичний словник нової лексики та фразеології. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2013. 322 с.
16. Зацний Ю. А. Неологізми англійської мови 80-90х років ХХ століття. Запоріжжя : РА «Тандем-У», 1997. 396 с.
17. Зацний Ю. А. Нова розмовна лексика і фразеологія : Англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2010. 224 с.
18. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 1998. 431 с.
19. Зацний Ю. А. Сучасний англійськомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 228 с.
20. Зацний Ю. А. Шляхи і способи збагачення сучасної розмовної лексики англійської мови. *Нова філологія*. 2009. Вип. 34. С. 189–195.
21. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття : англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.

22. Зацний Ю. А. Основи неології та практики перекладу неологізмів : навч. пос. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2013. 350 с.
23. Кадирова Л. Д. Семантико-дериваційні особливості запозичених слів. *Лінгвокогнітологія і мовні структури* : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 лютого. 2013 р. [під заг. ред. Ю. О. Шепеля]. Дніпропетровськ, 2013. С. 61–64.
24. Калетнік А. А. Функціональний статус неологізмів як наукова проблема. *Актуальні проблеми української лінгвістики* : теорія і практика. 2003. Вип. 8. С. 70–75.
25. Карпіловська Є. А. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону : чинники стабілізації інновацій. *Українська мова*. 2007. № 4. С. 3–15.
26. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі [відп. ред. Н. Ф. Клименко]. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. 335 с.
27. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 1999. 198 с.
28. Кобенко Ю. В. Функції неологізмів у засобах американських засобів масової інформації XXI століття. *Світ лінгвістики та комунікації* : електронний науковий журнал. 2018. № 4. С. 231–250.
29. Козьмик Г. О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI століть. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2007. 111 с.
30. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. *Вісник Запорізького державного університету*. 2002. № 3. С. 20–24.
31. Колоїз Ж. В. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму. *Філологічні студії* : зб. наук. праць. 2008. Вип. 1. С. 27–35.
32. Компанцева Л. Ф. Інтернет-комунікація: когнітивнопрагматичний і лінгвокультурологічний аспекти. Луганськ : Знання, 2007. 444 с.

33. Круглій О. Р. Лінгвокогнітивні параметри комбінувальних форм у сучасній англійській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Чернівці, 2009. 20 с.
34. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2005. № 23. С. 16–21.
35. Левицький А. Е. Функціональна переорієнтація номінативних одиниць сучасної англійсько. Житомир: Редакційно-видавничий відділ ЖДПУ, 2001. 168 с.
36. Лопатін В. В. Народження слова. Неологізми освіти. Київ : Наука, 1993. 152 с.
37. Макарова О. С. Статистичне вимірювання ступеня продуктивності лексико-семантичних інновацій у сучасному медіа-дискурсі (на матеріалі італійської та української мов) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.21. Київ, 2016. 242 с.
38. Малярчук О. В. Особливості творення неологізмів-телескопізмів у сучасній англійській мові (на матеріалі лексикографічних джерел). *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. 2015. № 3. С.127–140.
39. Махачашвілі Р. К. Феноменологічна неоанглїстика : теоретико-методологічні засади. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2014. 344 с.
40. Мельник Л. Г., Брюханов М. В. Кроки до інформаційного суспільству (замість запровадження). *Соціально-економічні проблеми інформаційного суспільства*. Суми : Університетська книга, 2010. Вип. 2. С. 14–20.
41. Молодиченко Н. А. Основні аспекти поняття політичної коректності в сучасній англійській мові. *“Young Scientist”*. 2016. № 5. С. 507–510.
42. Мороховська Е. Я. Основні аспекти загальної теорії лінгвістичних моделей. Київ : Вища школа, 1975. 248 с.
43. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови. Харків : Основа, 1993. 256 с.

44. Науменко Л. П. Практичний курс перекладу з англійської мови на українську: навч. посібник. Вінниця : Нова книга, 2011. 136 с.
45. Ніколенко А. Г. Лексикологія англійської мови : теорія і практика. Вінниця : Нова книга, 2007. 528 с.
46. Остапчук І. Тропи та тропеїзація масмедійного дискурсу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 230 с.
47. Перебийніс В. І., Сорокін В. М. Традиційна та комп'ютерна лексикографія : навч. посібник. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2009. 218 с.
48. Петрова С. І. Неологізми в сучасній італійській мові : структурно-семантичні характеристики та перекладацький аспект. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету*. Філологія, педагогіка, психологія. 2017. Вип. 34. С. 258–263.
49. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. Ужгород : Закарпаття, 1999. 240 с.
50. Потапенко С. І. Орієнтаційний простір сучасного англомовного медіадискурсу : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Київ, 2007. 454 с.
51. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти. Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
52. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу : монографія. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2005. 148 с.
53. Романюк С. К. Типологічні особливості рекламного дискурсу. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. Серія : Філологічні науки. 2010. № 54. С. 228–231.
54. Сакал Т.М. Історико-ономасіологічне та когнітивне дослідження префіксальних неологізмів у англійській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2004. 20 с.
55. Салига П. Г. Трансформація мережевих електронних журналів як явища масової комунікації : дис. ... канд. наук : 27.00.05. Київ, 2014. 218 с.



56. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
57. Сладкевич В. П. Мотиваційний механізм : курс лекцій. Київ : МАУП, 2001. 168 с.
58. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англomовному дискурсі : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ, 2009. 37 с.
59. Стецюра К. О. Природа та специфіка буття медіатекстів у культурній картині світу сучасного суспільства. *Вісник НТУУ «КПІ»*. Філософія. Психологія. Педагогіка. 2012. №3. С. 56–62.
60. Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2003. 34 с.
61. Стишов О. А. Особливості словотворення okazіоналізмів композитів у мові українських ЗМІ кінця ХХ – початку ХХІ століть. *Динамічні процеси в граматиці і лексичному складі сучасних слов'янських мов* : зб. наук. пр. 2011. С. 195–198.
62. Таран А. А. Конкурування номінацій у сучасній українській літературній мові : тенденції стабілізації нової лексики : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 20 с.
63. Хотюн Л. Сучасні таблоїдні ЗМІ України, Великої Британії та США. *Вісник ЛНУ ім. І. Франка*. Серія : Журналістика. 2011. С. 217–221.
64. Худолій А. О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття. Острог : Вид-во НаУОА, 2006. 384 с.
65. Чумак Л. М. Комунікативно-прагматичні функції сучасних англomовних неологізмів. *Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблеми перекладу* : тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (1935–2003). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2017. С. 88–91.

66. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Житомир, 2018. 269 с.
67. Чумак Л. М. Смысловое представлення лексичних неологічних одиниць у сучасних англomовних медіа-текстах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2017. № 29. Том 2. С. 91–94.
68. Шевлякова Ю. О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англomовних он-лайн журналів для підлітків). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 239–242.
69. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.
70. Algeo J., Algeo A. Among the New Words. *American Speech*. Tuscaloosa, 1994. Vol. 69. № 1. P. 80–90.
71. Al-Jafr R. Translation Students' Difficulties With English Neologisms. *Analele Universității "Dunărea De Jos" Din Galați Fascicula*. Analele, Romania : Europlus Publishing. 2010. XXIV ANUL III (2). P. 431–437.
72. Bauer L. English Word-formation. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 328 p.
73. Bell A. The Language of News Media. Oxford : Blackwell, 1991. 277 p.
74. Best K.-H. Unser Wortschatz. Sprachliche Untersuchungen. Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende: Sprachkultur oder Sprachverfall [hrsg. von Karin M. Eichhoff-Cyrus und Rudolf Hoberg]. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2000. S. 35–52
75. Cambridge Dictionaries Online. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words>
76. Crystal D. Words, Words, Words. Oxford : Oxford University Press, 2007. 224 p.
77. Cutting J. Pragmatics and Discourse. London and New York : Routledge, 2002. 187 p.
78. Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>.

79. Elliot C. When is a 'travel hack' unethical? *Washington Post*. 2015. November 19. URL: <https://washingtonpost.com/lifestyle/travel/when-is-a-travelhack-unethical.html>.
80. Elsen H. Bibliographie Neologismus mit Lehnwortschatz. München : Ludwig-Maximilians-Universität, 2011. 145 S.
81. Everyday highlight makeup routine. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bcmwZnk9KzY>.
82. Faircough N. Media Discourse. London : Arnold, 1995. 283 p.
83. Goddard A. The Language of Advertising. London–New York : Routledge, 1998. 134 p.
84. Herberg D. Steffens D. unter Mitarbeit von Elke Tellenbach, Doris Al-Wadi. Neuer Wortschatz. Neologismen der 90-er Jahre im Deutschen. Berlin / NewYork : Walter de Gruyter, 2004. 393 S.
85. Huddleston R., Pullum G.K. Cambridge Grammar of the English Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2003. 1860 p.
86. Kadoch M. Neologisms in British Newspapers. South Bohemia : Lambert Academic Publishing, 2013. 92 p.
87. Katamba F. English Words. London : Routledge, 1994. 352 p.
88. Kobenko Y. V. Language and environment. Experience in the systematization of interdisciplinary research data. London : TPU Publishers, 2017. 214 p.
89. Longman Dictionary of Contemporary English. URL: <http://www.ldoceonline.com/>
90. McFedries P. Word Spy: The Word Lover's Guide to New Words. URL: [www.wordspy.comUrbanDictionary/](http://www.wordspy.comUrbanDictionary/)
91. Meek A. These were the most common types of robocalls in 2018. *New York Post*. 2018. December 14. URL: <https://nypost.com/2018/12/14/these-were-the-most-common-types-of-robocalls-in-2018>.
92. Men's Health. URL: <https://www.menshealth.com>.
93. Newsweek; October 17, 2005

94. Oxford English Dictionary [Dilys Parkinson (ed.)]. Oxford University Press, 2005. 616 p.
95. Peprnik J. English Lexicology. Olomouc : Univerzita Palackelo, 2006. 186 p.
96. Plag I., Baayen H. Morphological Productivity Across Speech and Writing. URL: <http://www.uni-siegen.de/~engspra/Papers/Morphology/ell.pdf>.
97. Plag I. Word formation in English, 2002. 240 p.
98. Quirk R. A Grammar of Contemporary English. London : Longman, 1974. 640 p.
99. Quirk R., Greenbaum S., Svartvik J. A Comprehensive Grammar of the English Language. London : Pearson Longman, 2006. 1792 p.
100. Reah D. The Language of Newspapers. London–New York: Routledge, 1998. 126 p.
101. Religicide in Iraq. URL: <https://www.christianitytoday.com/ct/2011/february/religicide.html>
102. Sheid Iower J. Principles for the Inclusion of New Words in College Dictionaries. New York : Random House, Inc, 1995. P. 32–44.
103. Sunday Mail; Aug 27, 2000.
104. The Boston Globe; June 5, 2005.
105. The Grown-Ups' Book of Books. Headline Book Publishing Ltd, 1999. 178 p.
106. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/highereducation-network>.
107. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com>.
108. Who To Follow On Twitter, According To Marc Andreessen. URL: <http://techcrunch.com/2014/10/19/who-to-follow-on-twitteraccording-tomarc-andreessen/>