

Ф. Х. Фахрутдиновой, Е. Г. Соловьевой. – Казань : Отечество, 2013. – 710 с. – обл. – С. 78-82. ISBN 978-5-9222-0742-3

3. Культура и молодежь : Сост., пробл., перспективы: Материалы круглого стола, 11 марта 2004 г. / под общ. ред. Гуляева В. Н. – М. : Акад. тр. и социал. отношений, 2004. – 199 с.

Бугай Ю. А. Трансформація поняття лінгвокультура в сучасних молодіжних комунікаціях.

У статті охарактеризовано сучасний молодіжний жаргон як різновид культурного і соціального діалекту, що обслуговує певну соціальну групу, котра є його творцем і носієм. Зроблено аналіз сучасного мовлення молоді у всіх його вікових і соціально-групових варіантах, від підліткового жаргону, масового сленгу до широкого вживання лайливої лексики.

Ключові слова: сучасний молодіжний жаргон, масовий сленг, підлітковий жаргон, лінгвокультура, трансформації в системі сучасної молодіжної субкультури.

Buhai Yu. Transformation of concept "linguoculture" in modern youth communications.

Modern youth jargon as a form of cultural and social dialect, that serves a certain social group which is its founder and speaker, is described in the article. The analysis of modern youth language in all its age and social-group variations is made, from teenaged jargon and mass slang to the wide use of abusive vocabulary.

Key words: modern youth jargon, mass slang, teenaged jargon, linguoculture, transformations in the system of modern youth subculture.

Д. С. Гриценко

ФРАНЦУЗЬКІ НЕОЛОГІЗМИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: СУТНІСТЬ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

У статті розглядаються неологізми сучасної французької мови у туристичній сфері. Туристична індустрія постійно винаходить новий «багаж» неологізмів для більш яскравого опису та позначення нових видів туризму. У статті розглянуто шляхи появи неологізмів, а також визначено найбільш уживані їх види.

Ключові слова: неологія, неологізм, слова-валізи, стиснення.

Постановка проблеми. Поява неологізмів – це природний процес у мові. Туристична індустрія стрімко розвивається у наш час. Як результат, з'являються нові слова на позначення сучасних тенденцій у туризмі. **Метою** нашого дослідження є аналіз шляхів творення неологізмів, які з'явилися у французькій мові у сфері туризму.

Аналіз актуальних досліджень. Питання вивчення неологізмів у французькій мові привертало увагу таких дослідників як: Л. Гільбер, А. Гуз, Л. Деруа, Х. Жолі, Ж. Дикі-Кидирі, Ж. С. Корбей, К. Марсія. Усі вони

зазначають, що французька мова стрімко розвивається і в ній постійно з'являються нові слова і вирази. Наскільки нам відомо, неологізми, які пов'язані з розвитком туристичної галузі, ще недостатньо вивчені лінгвістами.

Виклад основного матеріалу. Мова є динамічною системою, складним механізмом, що, з одного боку, перебуває у постійному русі, з іншого – зберігає ознаки стабільності та цілісності, будучи основним засобом комунікації. Очевидно, саме тому питання про мовну змінність, суть, чинники та тенденції мовної еволюції є та буде одним з центральних у лінгвістичній науці.

Інноваційна діяльність є одним із компонентів процесу мовної еволюції. Вважається, що поява нових одиниць відбувається під впливом конкретних зовнішніх, щодо системи мови, і на основі внутрішніх, закладених у самій мові, закономірностей. Дослідження особливостей розвитку словникового складу неможливо проводити без урахування позиції діалектичного підходу до явищ мови в цілому і до словотворення зокрема. Основними є ідеї про взаємозалежність та взаємозумовленість мовних явищ; використовується системний підхід у вивченні об'єктивної реальності.

Сьогодні термін неологія осмислюється в ширшому сенсі, ніж раніше, а саме – як наука про нові явища всіх ярусів мовної системи, а не тільки її лексичної підсистеми. Вказаний підхід сприяє формуванню нового вектора розвитку неологічної галузі мовознавства – дослідження неологізмів у якості об'єктів різних рівнів мови і міжрівневого підходу до мовної системи. В окремих роботах дослідників (Е. В. Сенько, 2000) категорія неологізму проектується на всі мовні рівні. Такий підхід значно розширює поняття неологізму, виводячи його на якісно новий рівень. З нашої точки зору, новотвір – це явище мови, яке охоплює всі його рівні: фонетичний (поява нових акцентологічних варіантів та варіантів вимови), морфологічний (розвиток нових формотвірних і словозмінних форм), синтаксичний (варіантність і виникнення нових синтаксем) і т. д., оскільки “визнання системності в якості основної онтологічної ознаки мовної системи вимагає комплексного дослідження новотворів, яке могло б сприяти вияву внутрішньої, органічної обумовленості та взаємозв'язку різних структурних одиниць в процесі неологізації” [1, с. 4].

Найбільш активний розвиток мови здійснюється у галузі лексики, що зумовлено, крім її особливостей порівняно з іншими мовними

рівнями, зокрема, більш високим ступенем позамовної детермінованості [3, с. 6]. При всій розмаїтності шляхів і форм зміни словникового складу мови основним процесом у розвитку лексики лінгвісти називають процес неологізації, що відображає загальний поступальний рух мови. У зв'язку з орієнтацією сучасної лінгвістики на дослідження процесів розвитку мови, глибоке й всебічне вивчення неологізмів складає беззаперечне зацікавлення.

Неологізаційні процеси є яскравими зразками, що засвідчують динамічний характер мови, і демонструють абсолютний прогрес, який пов'язаний із реалізацією словотвірних можливостей мовної системи. Доцільним у зв'язку з цим видається нам міркування В. фон Гумбольдта: "У жодному разі не можна розглядати словниковий запас мови як готову, застиглу масу. Не кажучи вже про постійний процес утворення нових слів і словоформ, словниковий запас, допоки мова живе в мовленні народу, є продуктом словотвірної потенції, який розвивається і знову відтворюється" [1, с. 112].

Нами було розглянуто неологізми за останній 2016-2017 рік, які з'явилися у сфері туризму. Наведено приклади власне неологізмів, тобто утворених шляхом переосмислення слова та лексикалізації словосполучення, також нам зустрілися відносні новоутворення, які виникли внаслідок запозичення мовних одиниць з інших мов та неологізми, які виникли внаслідок актуалізації застарілих слів. Найбільше виявлено слів-валіз, запозичених із англійської мови.

Туристична індустрія постійно винаходить новий «багаж» неологізмів для ефективного опису нових тенденцій, а також для більш яскравого пояснення нових видів туризму. Нами було проаналізовано статті, брошури та так звані «*les dépliants*» туристичних агенств. З'явилося багато іменників на позначення місця та часу. Багато неологізмів саме із французької мови, але велику роль відіграють і запозичені слова, а саме «англіцизми».

Проаналізувавши мовний матеріал, ми знайшли 85 неологізмів. Найменша частка припадає на застарілі слова, які пояснюють новий вид туризму, прикладами таких слів є «*lezarder*», «*bourlinguer*». Більше неологізмів, утворених шляхом стиснення, вони є широкоживаними. Неологізми-стиснення позначають одразу два поняття. Таких слів нам зустрілося 32. Прикладом є термін «*bleisure*» (безтурботність), результат

стиснення слів «бізнес» і «дозвілля», що виражає поєднання професійної та особистої цілей під час ділової поїздки. За статистикою останніх років, термін є дуже вживаним в колі професійних мандрівників. Більш вживанішу концепцію пропонує [сайт Hotwire](#): замінити його терміном «workventurer» або «traventurier» [4]. Це нове слово для бізнесменів та жінок, які включають туристичну діяльність у свої ділові поїздки. Ці два терміни не можуть вживатися тими ентузіастами, які частіше спонтанно їдуть на вихідні, подорожують з друзями або родиною.

Найбільш широко вживаними є «слова-валізи» (les mots-valises), створені в останні роки індустрією туризму, їх виявлено 42. Принцип полягає у поєднанні двох слів для додавання їх значення і створення нового сенсу. Прикладами є такі слова-валізи як «staycation» та «babymoon» (медовий місяць безпосередньо перед народженням дитини), «voluntourism» (гуманітарний туризм) хоча і не в широкому використанні, але це неологізми, які закріплюють за собою певне значення.

Неологізми, що з'явилися, служать для опису нових настроїв та нових шляхів подорожей, оскільки вони стимулюють їх до розвитку. Доказом є поява терміну «Glamping» (скорочення «camping» і «glamour»), що вміщує в собі поняття «5-ти зіркового» відпочинку.

Висновки. Когнітивний напрям у неології перебуває в стадії становлення, формування. Робляться спроби проаналізувати структури знань, які стоять за неологізмами, і їхній вплив на мовну й концептуальну картини світу сучасного носія мови. Отже, усебічний аналіз неологічного матеріалу та дослідження напрямків у неології в подальшому дасть змогу виробити сучасну концепцію неологізму.

Поява неологізмів досить продуктивний процес. Фонд неологізмів французької мови постійно розвивається та оновлюється. Найактивніше вони створюються шляхом стиснення та запозичення іншомовних слів для позначення та пояснення нових реалій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию : Пер. с нем / В. фон. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1984. – 397 с.
2. Robert P. Le Petit Robert : Dict. le Robert / P. Robert // 2 ed. – Paris, 1996. – 2552 p.
3. Гак В. Г. О современной французской неологии / В. Г. Гак // Новые слова и словари новых слов. – Л., 1978. – С. 6-9.
4. Новий вид неологізмів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.hotwire.com/workventure-is-the-new-bleisure/>.

Гриценко Д. С. Французские неологизмы в сфере туризма: сущность и тенденции.

В статье рассматриваются неологизмы современного французского языка в сфере туризма. Туристическая индустрия постоянно изобретает новый «багаж» неологизмов для более яркого описания и обозначения новых видов туризма. В статье рассмотрены пути появления неологизмов, а также определены наиболее употребительные их виды.

Ключевые слова: неология, неологизмы, слова-чемоданы, сжатия.

Hrytsenko D. French neologisms in the sphere of tourism: essence and trends.

The article examines the neologisms of the modern French language in the sphere of tourism. The tourism industry constantly invents a new «baggage» of neologisms for a more vivid description and designation of new types of tourism. The article examines the ways of appearance of neologisms, as well as the most commonly used types of them.

Key words: neologism, neology, words-suitcases, compression.

О. Є. Дібіжева

КОНСТРУКЦІЇ З ПЕРІОДОМ У ПОЕТИЧНІЙ МОВОТВОРЧОСТІ ІВАНА ФРАНКА

У статті розглянуто період як стилістичну фігуру, як засіб емпатичного маркування на матеріалі поетичного доробку Івана Франка. Проаналізовано різновиди періодів, обґрунтовано їх поетичні функції у художній мові митця.

Ключові слова: період, стилістичні фігури, синтаксична конструкція, протазис, апозис.

Іван Франко – геній, людина нового часу, яка набагато випередила свою добу, вчений і митець європейського рівня. Він був автором, що створив національний комплексний культурно-естетичний код, сягав думкою в усі галузі духовного життя людства [4]. Широкий тематичний і жанровий діапазон лірики І. Франка, висока культура поетичного мислення, відкритість до художніх віянь нового часу забезпечили йому гідне місце серед найвідоміших поетів світу [1].

Постановка проблеми. На особливу увагу заслуговує аналіз специфіки конструкцій з періодом у поетичних текстах І. Франка. У сучасній мовознавчій науці засвідчені неодноразові спроби осмислення періоду як особливого синтаксичного утворення, що має потужні стилістичні можливості і є найбільш довершеною стилістичною фігурою, досконалою формою вишуканого художнього мовлення [3].

Аналіз актуальних досліджень. Аналіз досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення проблеми з дослідження поетичної творчої спадщини Івана Франка, дає підстави стверджувати, що в Україні існує