

Борищук В. В., здобувач вищої освіти
ДонНУ імені Василя Стуса

НЕОЛОГІЗМИ ВІЙНИ В РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ВІННИЧЧИНИ

У роботі розглянуто використання неологізмів, які були утворені після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, в 5 регіональних онлайн-ЗМІ Вінниччини. Вдалося зафіксувати кілька груп неологізмів: 1) власне неологізми – абсолютно нові слова; 2) слова, що отримали нове значення; 3) слова, що утворені за наявними в мові словотвірними моделями; 4) запозичення з інших мов. У дослідженні порушено проблему використання нових слів у текстах медіа, оскільки вживання стилістично забарвленої лексики може порушувати журналістські стандарти.

Ключові слова: неологізми, регіональні ЗМІ, Вінниччина, військова сфера, українська мова, журналістські стандарти.

Повномасштабне вторгнення в Україну не лише спричинило страждання, великі жертви та руйнування, але й суттєво вплинуло на всі аспекти життя українського суспільства, зокрема й на мову. Одним із найпомітніших мовних явищ, що виникло внаслідок війни, стало масове утворення та вживання неологізмів.

«Неологізми – це нові слова або словосполучення, які виникають в мові через потребу понятійного вираження нових реалій, ідей, предметів, явищ тощо» [3]. Нові слова та словосполучення з'явилися як реакція на нові реалії та виклики, які торкнулися кожного. Частина неологізмів є повністю новими за формою та змістом, інші є видозміненням уже відомих понять чи отримали нове значення.

Процес появи та функціонування неологізмів в мові є актуальним об'єктом дослідження багатьох науковців, серед яких І. Андрусак, О. Боярська, Г. Вусик, К. Городенська, В. Заботкіна, К. Ковтун, О. Муромцева, Л. Омельченко, О. Потєбня, А. Янков та ін.

Неологізми війни активно почали використовуватися в різних сферах життя, що вплинуло на їх популярність і в мові ЗМІ. Регіональні медіа, що є важливим джерелом інформації для місцевого населення, відіграють значну роль у поширенні та популяризації цих нових слів, тому аналіз неологізмів у мові медіа та їх необхідність вживання журналістами зумовлює актуальність нашої роботи.

Метою нашого дослідження було проаналізувати, які неологізми (слова, фрази та словосполучення) вживалися у вінницьких регіональних медіа від початку повномасштабної війни, та визначити їх необхідність у текстах медіа на предмет дотримання журналістських стандартів.

Для нашого дослідження було обрано 5 вінницьких онлайн-медіа – «Суспільне Вінниця», «20 хвилин», «Вінниця.інфо», «Вежа» та «I-VIN», а періодом аналізу – 2022–2023 рр.

Основними джерелами для пошуку неологізмів, що з'явилися від 24 лютого 2022 р., у журналістських текстах стали списки лексики з «Абетки повномасштабної війни» [1] та словника Армія.Inform [2], у яких медійники та аналітики зібрали основні нові слова, словосполучення та вислови, що сформувалися за час повномасштабних воєнних дій.

За результатами нашого дослідження зафіксовану лексику в текстах вінницьких ЗМІ можна поділити на 4 групи:

- 1) власне неологізми – абсолютно нові слова;
- 2) слова, що отримали нове значення;
- 3) слова, що утворені за наявними в мові словотвірними моделями;
- 4) запозичення з інших мов.

Серед власне неологізмів у регіональних онлайн-медіа Вінниччини були виявлені такі слова на позначення:

– росіян та їх загарбницької армії: *кацани*, *московити* (раніше були популярні лише в розмовному стилі, і вперше вживалися в мові ЗМІ), *орки*, *русня*, *свинособаки*, *чмоні*, *рашисти* – на позначення росіян та їх загарбницької армії, і похідне від останнього слова *рашизм* та *путінізм* – російський різновид нацизму, злочинна політична ідеологія «руського міра»;

– назви країни-агресора: *Ерефія* та *Оркостан*;

– військової іноземної техніки: *байрактар*, *джавелін*, *стінгер*, *хаймарс*;

– дій знищення ворога: *байрактарити*, *джавелінити*, *стінгерити*, *хаймарсити* (як похідні слова від назв військової техніки).

Також у журналістських текстах траплялися дієслова, які походили від топонімів (географічних назв) – *чорнобаїти* «наступати на одні й ті ж самі граблі» (від села Чорнобаївка), та антропонімів (власні назви людей) – *аристовити* «заспокоювати», *макронити* «робити стурбований вигляд і водночас бути бездіяльним», *шойгувати* «вдавати вигляд, що все добре і йде за планом, коли це не так».

Поодиноким було вживання таких фраз: *Доброго ранку / вечора, ми з України* «нагадування про себе та свою проукраїнську позицію», *йти за російським кораблем* «зазнати поразки», *диванні війська* «домашні експерти, які мають знання з різних сфер».

Серед слів, що отримали нове значення вдалося зафіксувати слова *паляниця* «шиболет як метод розрізнення росіян та українців», *бавовна* «вибухи на території росії», *тривога* «сигнал про необхідність прямувати до укриття та словосполучення», *чисте небо* «відбій повітряної тривоги».

Серед неологізмів є й слова, що утворилися за допомогою різних способів словотворення, наприклад через префіксальний спосіб: *денацифікація* «метод

протидії ідеології росії»; через префіксально-суфіксальний спосіб: *відВСУшити* «знищити ворожу техніку», *відкобзонити*, *віддвохсотити* «відправити рашистських загарбників на той світ», *декомунізувати*, *дерусифікувати* «методи протидії ідеології рф»; через складання основ: *бандеромобіль* «бойовий автомобіль ЗСУ» (від двох основ «Бандера» і «автомобіль»), складання слів *літакопад* «безперервне збивання російських літаків» (від словосполучення «падіння літака»), *пушкінопад* «знесення пам'ятників російським діячам» (від словосполучення «падіння Пушкіна»).

Зафіксовані запозичення, які були взяті з російської мови, мають саркастичне, іронічне чи гумористичне значення, зокрема *аналоговнет* «щось вигадане в рф», *ихтамнет* «заперечення росією своєї військової присутності на території іноземної держави», *за порєбриком* «у рф», а також фраза *Русский военный корабль, иди...* у значенні необхідного напрямку, яка стала символом українського спротиву і незламності.

Важливо зазначити, що на початку повномасштабного вторгнення неологізми війни використовувалися усіма медіа Вінниччини частіше, ніж минулого року (178 згадок у 2022 р. і 42 – у 2023 р.), що, припускаємо, можна пояснити як зменшенням емоційності у суспільства, яке було у перші місяці воєнних дій, так і редакційною політикою ЗМІ задля збереження об'єктивності та неупередженості у журналістських текстах.

Актуальною проблемою використання неологізмів у медіа є те, що їх вживання у текстах ЗМІ може порушувати журналістські стандарти. Більшість неологізмів, що виникли у воєнний період, та які використовувалися в медіа, містять у собі оцінне або емоційно-експресивне значення, що означає оцінку автором певних коментарів експертів, подій та явищ. Згідно з методологіями Детектор медіа [4] та Інституту масової інформації [5], такі ознаки є порушенням стандарту відокремлення фактів від коментарів, а тому як регіональним онлайн-медіа, так і іншим типам медіа варто уникати вживання воєнних неологізмів з оцінним та емоційно забарвленим значенням для дотримання якісної та об'єктивної подачі інформації.

Про уникання використання стилістично забарвленої лексики в інформаційних та аналітичних матеріалах зазначається в рекомендаціях Комісії з журналістської етики, яка підкреслює, що «зміни в мові, викликані широкомасштабним російським вторгненням до України, відбиваються і на мові медіа. Водночас вибір стилістично забарвленої лексики повинен враховувати жанр матеріалу, тему та аудиторію. Зловживання такою лексикою неприпустиме – наприклад, використання лише цих слів у заголовках новин», та наголошує, що «журналістам варто утримуватися від вживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо тільки це не виправдане контекстом, але і в цьому разі уникати частого вживання такої мови» [6].

Висновки. Повномасштабна війна спричинила зміни у різних сферах життя, зокрема й в українській мові, що призвело до появи сотні неологізмів, кількість яких досі зростає з появою нових подій, явищ та фактів. Результати дослідження регіональних медіа Вінниччини довели, що популярність нових слів, фраз та словосполучень торкнулася і ЗМІ як закономірного процесу у функціонуванні мови в інформаційному просторі, хоча з часом такі слова все рідше трапляються в журналістських текстах. Неологізми є одним із свідчень розвитку української мови, її актуальності, життєздатності і відповідності реаліям нашого життя, яке постійно змінюється. Однак медіа повинні не забувати про журналістські стандарти, яких варто дотримуватися для підтримки якості власних матеріалів та довіри суспільства, тому потрібно обмежити вживання неологізмів, особливо які містять у собі стилістично забарвлений зміст, аби залишатися об'єктивним у подачі інформації.

Список літератури

1. Бойко О. Абетка повномасштабної війни: які слова ввійшли в ужиток і чому. *Читомо*. 17.06.2022. URL: <https://chytomo.com/abetka-povnomasshtabnoi-vijny-iaki-slova-vvijshly-v-uzhytok-i-chomu/> (дата звернення: 17.03.2024).
2. Букет Є. АрміяInform представляє словник неологізмів української мови. *АрміяInform*. 20.07.2022. URL: <http://surl.li/dauzu> (дата звернення: 18.03.2024).
3. Вітюк І., Кухарьонюк С. Неологізми російсько-української війни. *Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи*: зб. матеріалів І Між. наук. конф. (м. Житомир, 27–28 квітня 2023 р.). Житомир: Житомирська політехніка, 2023. С. 158–161.
4. Методологія моніторингу телевізійних і радіо програм громадської організації «Детектор медіа» (новини, підсумкові тижневики, публіцистичні авторські програми, політичні ток-шоу, інтерв'ю). *Детектор.медіа*. 24.04.2018. URL: <http://surl.li/azttc> (дата звернення: 27.03.2024).
5. Методологія оцінки професійності та відповідальності онлайн-медіа. *Інститут масової інформації*. 28.05.2019. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metodolohiia-otsinky-profesiynosti-ta-vidpovidal-nosti-onlayn-media-i28289> (дата звернення: 25.03.2024).
6. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо вживання стилістично забарвленої лексики в журналістських матеріалах про війну. *Комісія з журналістської етики*. 27.05.2022. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vzhyvannia-stylistychno-zabarvlenoi-leksyky-v-zhurnalistykykh-materialakh-pro-viynu/> (дата звернення: 29.03.2024).