

**Антонова М. Ю.**, канд. філол. наук, доц.

ORCID ID: 0000-0002-7585-7565,

**Сандига Л. О.**, канд. філол. наук

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка, м. Київ

ORCID ID: 0000-0002-3124-664X

## **ПЕРЕЛІЧЕННЯ ЯК ЗАСІБ РОЗКРИТТЯ ЗНАЧЕНЬ НЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОБМАНУ ТА ШАХРАЙСТВА В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ**

*Здійснюється дослідження неологізмів на позначення шахрайства та обману в онлайн- та бізнес-середовищі. Розвиток значень неологізмів проаналізовано на матеріалі сучасного англomовного дискурсу із залученням перелічення як засобу організації, структурування та репрезентації інформації.*

***Ключові слова:** дискурс, лінгвістика брехні, когнітивна лінгвістика, неологізм, перелічення.*

Прагнення окреслити поняття брехні як предмета лінгвістичних досліджень було здійснено Х. Вайнрихом [2], і сьогодні лінгвістика брехні набуває неабиякої актуальності у зв'язку із розвитком засобів масової інформації та інформаційно-комунікаційних технологій.

Активне використання суспільством соціальних мереж та Інтернету загалом насамперед знаходить своє відображення в мові. Поняття брехні, шахрайства, обману набувають нових форм. Відповідно, актуальності набуває дослідження мовних явищ, за допомогою яких реалізується феномен брехні.

**Метою** цієї статті є дослідження розвитку значень неологізмів, які номінують певні види обману або шахрайств на матеріалі англomовного дискурсу із залученням перелічення як засобу структурування та репрезентації концептуальної інформації.

Неологізми були в центрі уваги досліджень численних лінгвістів, таких як Дж. Алгео, Д. Кристал, Р. Фішер, П. Гогенгаус, К. Максвелл, М. Мостовий та багато інших, котрі запропону-

вали різні підходи до визначення терміна [5]. Досліджуючи основні напрями та перспективи розвитку сучасної неології, А. Левицький визначає неологізми як “нові слова, словосполучення (або їхні значення), фразеологізми, які виникли в певний проміжок часу, сприймаються колективною мовною спільнотою та займають периферійне місце в лексичній системі мови” [3, с. 17]. Ми визначаємо “неологізм” як нещодавно введене або наявне слово, або словосполучення, яке називає нове явище чи поняття, але яке досі активно не використовується більшістю членів мовленнєвої спільноти.

Дефініції неологізмів фіксуються у статтях лексикографічних джерел. Значення, виявлені в дефініціях неологізмів, набувають свого подальшого розвитку в дискурсі, дослідження якого нами здійснюється із залученням перелічення як засобу структурування та репрезентації інформації. Здатність перелічення до структурування знань та репрезентації інформації пояснюється його когнітивною природою, що ґрунтується на процесах класифікації, концептуалізації та категоризації [1, с. 40]. Перелічення слугує засобом, який розкриває значення неологізму у дискурсі, структуруючи та експлікуючи ключову інформацію для з’ясування сутності поняття.

У дискурсі перелічення конституюється семантично гомогенними та гетерогенними перелічувальними рядами, що мають містити щонайменше два елементи. Структуру перелічувальних рядів представлено двома складниками – лінійним та ієрархічним, а рівень відокремлення елементів перелічувального ряду у межах тексту може бути різним. Елементи перелічення можуть бути відокремленими не лише пунктуаційно: комами в межах одного речення та крапками на рівні абзацу, але й самими абзацами [4].

Перейдемо до аналізу неологізмів, які номінують обман або шахрайство в онлайнсередовищі. Говорячи про одну з найпопулярніших у світі на цей час соціальних мереж Instagram, зауважимо, що іноді користувачі можуть мати два акаунти: *rinsta* (блендінг (контамінація) *real* + *Instagram*) [6] та *finsta* (блендінг (контамінація) *fake* + *Instagram*) [6]. Перший акаунт – це так званий офіційний, публічний, який не містить конфіденційної

інформації про користувача, тоді як на сторінку другого підписані лише найближчі люди. Приватну та смішну інформацію, а також особисті фотографії можна знайти у *finsta*.

Проаналізуємо використання неологізмів *rinsta* та *finsta* у дискурсі із залученням перелічувальних рядів.

### ***So, it's not actually fake?***

*Quite the opposite. Finstas are a place for users, primarily millennials and Generation Zs (who make up the bulk of Instagram's users) to show their more authentic, less-edited selves and post content that is more personal. This could include vulgar language, photos of drinking and partying, stories about embarrassing experiences, depression and struggles, or a goofy sense of humour best appreciated by your besties [5].*

Значення неологізму *finsta* у цьому випадку розкривається двома перелічувальними рядами. Перший перелічувальний ряд є лінійним і складається з двох семантично гомогенних елементів, які характеризують особистий контент, властивий *finsta* акаунтам. Йдеться про висвітлення більш автентичної та менш відредагованої інформації. Другий перелічувальний ряд має ієрархічну структуру та є семантично гетерогенним, адже елементи ряду окреслюють різнопланове наповнення акаунту, а саме: мову, фото, розповіді та почуття гумору. Структурно основний перелічувальний ряд ускладнюється розгалуженням на підрядний ряд, в якому мова йде про зміст розповідей, притаманних *finsta* акаунтам.

Відповідно до значення терміна, яке розкривається в дефініції, саме неологізм *finsta* має відношення до певного виду обману, але парадокс полягає в тому, що користувачі соціальної мережі використовують *finsta* акаунти для того, щоб ділитися правдивою інформацією стосовно свого життя та своєї особистості.

Підтвердженням вищенаведеного твердження слугує наступний приклад використання неологізму *finsta* у дискурсі:

*"My finsta is me. No edits, filters, or second thoughts," she says [4].*

Як і в попередньому випадку, лінійне перелічення розкриває сутність неологізму, наводячи характерні риси стилістики *finsta* акаунту, а саме відсутність редагування, фільтрування чи можливості переосмислення інформації. Елементи перелічувального ряду є семантично гетерогенними, через те що охоплюють технічну та психологічну сфери редагування інформації.

Проте все ж можемо говорити про використання *finsta* акаунту як певного виду обману в контексті факту приховування використання двох акаунтів тінейджерками від батьків, які намагаються контролювати спілкування своїх дітей в онлайн-середовищі.

Звернемось до використання неологізму *rinsta* у дискурсі.

### ***What's a Rinsta?***

*It's a "real" Instagram account, the kind most people on Instagram have. As people of all ages know, Rinstas are more "performative", a place where people create a "vanilla" persona that will appeal, or at least not alienate, the diverse networks of people who follow them, which may include friends, family, strangers, colleagues and potential employers [5].*

Значення неологізму *rinsta* розкривається за допомогою використання семантично гомогенних елементів лінійного перелічення, які називають соціальні групи підписників, на яких орієнтовано такий акаунт. Йдеться про друзів, родину, незнайомців, колег та потенційних роботодавців.

Останнім часом з'являються нові види шахрайств у онлайн бізнес-середовищі, або старі види обманів отримують мовне втілення. Синонімічними неологізмами *account takeover*, *account compromise*, *account hijacking* та *login fraud* позначають крадіжку персональних даних банківського рахунку клієнта, що призводить до подальшої крадіжки коштів з цього рахунку [1].

Проаналізуємо значення такого поняття, як *account takeover* на матеріалі дискурсу:

*Account takeover is a form of online identity theft where a third party illegally accesses a victim's online account to turn a profit by changing account details, making purchases, and leveraging the stolen information to access other accounts [7].*

Сутність неологізму, який описує ситуацію оволодіння даними рахунку, розкривається семантично гомогенними елементами лінійного перелічення, які називають дії шахраїв із метою отримання прибутку. Йдеться про зміну реквізитів рахунку, здійснення покупок в Інтернеті, використання вкраденої інформації для доступу до інших рахунків.

Іншим видом шахрайства у сфері бізнесу є той факт, що не всі компанії виявляються відвертими у своїй екологічно чистій політиці. Деякі великі корпорації заявляють лише на словах, що вони слідують екологічно відповідальним практикам. Їх основна мета, по-перше, залучити екологічно налаштованих клієнтів, по-друге, отримати державні субсидії на розширення компанії. Подібні екологічні порушення позначаються неологізмом *greenwashing* (блендінг (контамінація) *green+brainwashing*) [3].

Проаналізуємо значення такого поняття, як *greenwashing* на матеріалі дискурсу:

### ***The Seven Sins of Greenwashing***

*In the course of assessing thousands of products in the United States and Canada, TerraChoice Environmental Marketing categorized marketing claims into the following “seven sins of greenwashing”:*

***Sin of the hidden trade-off:*** *committed by suggesting a product is “green” based on an unreasonably narrow set of attributes without attention to other important environmental issues (e.g., paper produced from a sustainably harvested forest may still yield significant energy and pollution costs).*

***Sin of no proof:*** *committed by an environmental claim that cannot be substantiated by easily accessible supporting information or by a reliable third-party certification (e.g., paper products that claim various percentages of postconsumer recycled content without providing any evidence).*

***Sin of vagueness:*** *committed by every claim that is so poorly defined or broad that its real meaning is likely to be misunderstood by the consumer (e.g., “all-natural”).*

***Sin of irrelevance:*** *committed by making an environmental claim that may be truthful but is unimportant or unhelpful for*

consumers seeking environmentally preferable products (e.g., “CFC-free” is meaningless given that chlorofluorocarbons are already banned by law).

**Sin of lesser of two evils:** committed by claims that may be true within the product category, but that risk distracting the consumer from the greater health or environmental impacts of the category as a whole (e.g., organic cigarettes).

**Sin of fibbing:** committed by making environmental claims that are simply false (e.g., products falsely claiming to be Energy Star certified).

**Sin of false labels:** committed by exploiting consumers’ demand for third-party certification with fake labels or claims of third-party endorsement (e.g., certification-like images with green jargon such as “eco-preferred”) [2].

У цьому випадку сутність неологізму розкривається переліченням семи гріхів *greenwashing*, а саме йдеться про гріх прихованого компромісу, гріх бездоказовості, гріх загальних тверджень, гріх даремної інформації, гріх меншого зла, гріх брехні та гріх неіснуючих маркувань. Структурно перелічення є ієрархічним, елементи якого відокремлені на рівні абзаців і слугують структуруванню інформації, яка розкриває значення поняття *greenwashing*. Семантично елементи є гомогенними.

Отже, дослідження неологізмів на позначення обману та шахрайства в онлайн- та бізнес-середовищі здійснено на матеріалі англомовного дискурсу із залученням перелічення як засобу структурування та репрезентації інформації. Когнітивна природа перелічення уможливорює розкриття сутності неологізму в дискурсі, структуруючи та експлікуючи ключову інформацію для з’ясування розвитку значення поняття. У дослідженому матеріалі перелічення представлено семантично гомогенними та гетерогенними рядами, структура яких є лінійною та ієрархічною.

Перспективою подальших розвідок може слугувати дослідження неологізмів в економічному дискурсі із залученням перелічувальних рядів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова М. Ю. Перелічення як засіб репрезентації концептуальної інформації в англomовному економічному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2011. 232 с.
2. Вайнрих Х. Лингвистика лжи. Язык и моделирование социального взаимодействия / общ. ред. В. В. Петрова. М., 1987. С. 44–87.
3. Левицький А. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир, 2005. № 23. С. 16–21.
4. Antonova M. Enumeration as a means of financial markets data representation. *Advanced Education*. 2016. No 5. P. 60–64. DOI: <http://dx.doi.org/10.20535/2410-8286.63421>.
5. Sandyha L., Oliinyk I., Sviatiuk Yu. English Neologisms in Online Self-Representation. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. Vol. 5. No 6. P. 19–26. DOI: <http://dx.doi.org/10.14744/alrj.2021.95914>.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Account Takeover Fraud Protection. URL: <https://kount.com/solutions/account-takeover-fraud-protection/>.
2. Dahl R. Green Washing. Do You Know What You're Buying? *Environmental Health Perspectives*. 2010. Vol. 118, No 6. P. 246–252. DOI: <https://doi.org/10.1289/ehp.118-a246>.
3. Greenwashing. The Rice University Neologisms Database. URL: <https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=17561>.
4. Harman J. The Crazy Way Teens Are Hiding Their Imperfections Online: Finstagram. *Elle*. 2015. URL: <https://www.elle.com/culture/tech/a29243/finstagram/>.
5. Selinger-Morris S. 'Totally carefree': What is a Finsta? The Sydney Morning Herald. 2021. URL: <https://www.smh.com.au/lifestyle/life-and-relationships/totally-carefree-what-is-a-finsta-20210623-p583k7.html>.
6. UrbanDictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com>.
7. What is account takeover? URL: <https://dynamics.microsoft.com/en-us/ai/fraud-protection/account-takeover/>.

**Antonova M. Yu.**, PhD, Associate Professor

ORCID ID: 0000-0002-7585-7565

**Sandyha L. O.**, PhD

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ORCID ID: 0000-0002-3124-664X

## **ENUMERATION AS A MEANS TO CONVEY MEANINGS OF NEOLOGISMS DENOTING FRAUD AND DECEPTION IN ENGLISH DISCOURSE**

*Following development of the linguistics of lying this article examines neologisms denoting fraud and deception. Meanings of neologisms are analysed using enumeration as a means to organise, structure and represent information. Due to changes in the media and the development of information and communication technologies the notions of lying, fraud and deception take on new forms. The active use of social networks and the Internet by society is primarily reflected in language by means of neologisms. We define “neologism” as a recently introduced or existing word or phrase that names a new phenomenon or concept but is still not actively used by most members of the speech community. Definitions of neologisms are fixed in dictionary entries. The meanings, found in the definitions of neologisms, acquire their further development in discourse, the study of which we carry out using enumeration as a means to structure and represent information. The ability of enumeration to structure knowledge and represent information is reasoned by its cognitive nature, which is based on the processes of classification, conceptualisation and categorisation. In discourse enumeration is represented by semantically homogeneous and heterogeneous enumeration series. The structure of enumeration series is represented by two components – linear and hierarchical. Such neologisms as “rinsta”, “finsta”, “account takeover”, “account compromise”, “account hijacking”, “login fraud” and “greenwashing” are considered in the sphere of online and business communication. Enumeration structures and represents conceptual information based on the analysis of the following neologisms in the discourse.*

**Keywords:** *discourse, linguistics of lying, cognitive linguistics, neologism, enumeration.*



## REFERENCE

1. *Antonova M.* Enumeration as a means of financial markets data representation. *Advanced Education*. 2016. No 5. P. 60–64. DOI: <http://dx.doi.org/10.20535/2410-8286.63421>.
2. *Antonova M. Yu.* (2011). Perelichennia yak zasib reprezentatsii kontseptualnoi informatsii v anhlomovnomu ekonomichnomu dyskursi: dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.04. Kyiv, 2011. 232 p. [in Ukrainian].
3. *Levytskyi A.* Aktualni problemy rozvytku neolohii (na materialii suchasnoi anhliiskoi movy). *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Zhytomyr, 2005. № 23. S. 16–21 [in Ukrainian].
4. *Sandyha L., Oliynyk I., Sviatiuk Yu.* English Neologisms in Online Self-Representation. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. Vol. 5. No 6. P. 19–26. DOI: <http://dx.doi.org/10.14744/alrj.2021.95914>.
5. *Vajnrin H.* Lingvistika lzhi. Jazyk i modelirovanie social'nogo vzaimodejstvija / obsh. red. V. V. Petrova. M., 1987. S. 44–87. [in Russian].

## SOURCES

1. Account Takeover Fraud Protection. URL: <https://kount.com/solutions/account-takeover-fraud-protection/>.
2. *Dahl R.* Green Washing. Do You Know What You're Buying? *Environmental Health Perspectives*. 2010. Vol. 118, No 6. P. 246–252. DOI: <https://doi.org/10.1289/ehp.118-a246>.
3. Greenwashing. The Rice University Neologisms Database. URL: <https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=17561>.
4. *Harman J.* The Crazy Way Teens Are Hiding Their Imperfections Online: Finstagram. *Elle*. 2015. URL: <https://www.elle.com/culture/tech/a29243/finstagram/>.
5. *Selinger-Morris S.* 'Totally carefree': What is a Finsta? The Sydney Morning Herald. 2021. URL: <https://www.smh.com.au/lifestyle/life-and-relationships/totally-carefree-what-is-a-finsta-20210623-p583k7.html>.
6. UrbanDictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com>.
7. What is account takeover? URL: <https://dynamics.microsoft.com/en-us/ai/fraud-protection/account-takeover/>.

Дата надходження до редакції – 31.07.2021

Дата затвердження редакцією – 13.08.2021