

Олена ГАПЧЕНКО, канд. філол. наук, доц.,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
Київ, Україна  
ORCID ID: 0000-0001-6458-6248

## ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ НЕОЛОГІЗАЦІЇ

*Стаття присвячена експериментальному дослідженню статусу неологізмів в індивідуальному лексиконі людини. Нове слово як одиниця індивідуального лексикону людини є засобом доступу до її інформаційної бази і потребує всебічного дослідження, оскільки засвоєння нового слова відіграє важливу роль у переструктуруванні зв'язків між одиницями індивідуального лексикону. За рахунок розвитку нових асоціативних зв'язків, переструктурування знань, появи нових індивідуальних смислів, наповнення одиниць лексикону новим перцептивно-афективним змістом відбувається його оновлення. Увагу зосереджено на вивченні семантики неологізмів, видів асоціативних зв'язків і особливостях функціонування цих одиниць із позицій психолінгвістики й лінгвокультурології. Розглядаються психолінгвістичні аспекти неологізації, стратегії ідентифікації значення нового слова. Основним об'єктом аналізу були отримані під час вільного асоціативного експерименту асоціативні реакції мовців на нові запозичення, які часто використовуються в мові українських засобів масової інформації.*

**Ключові слова:** неологізми, неологія, психолінгвістика, асоціативний експеримент, мовна особистість, вербальні асоціації, лексикон.

Як відомо, лексико-семантична система будь-якої мови надзвичайно чутлива до реальності й оперативно реагує на всі зміни в житті суспільства і світосприйнятті мовців, тому процес появи нових номінативних одиниць, які позначають нові поняття й реалії чи нові грані вже відомого, є безперервним. Процеси неологізації завжди привертали увагу філологів. Наприкінці ХХ ст. почала формуватися окрема галузь лінгвістики – неологія. У Франції, США, Японії та деяких інших країнах з'явилися центри неології, призначенням яких є збір і фіксація неологізмів,

дослідження процесів неологізації, організація спеціальних інформаційно-довідкових служб та ін.

Одним із основних критеріїв, за яким мовну одиницю відносять до неологізмів, є її **новизна**. Однак одні неологізми одразу засвоюються мовцями й відчуття їхньої новизни швидко стирається, а інші зберігають свою новизну й незвичність тривалий час. Очевидно, поняття новизни досить суб'єктивне і потребує уточнення. Відчуття новизни є індивідуальною властивістю кожної окремої людини. На його появу (чи втрату) при сприйнятті слів можуть впливати особистісні характеристики мовців, серед яких – знання мов і рівень володіння ними, освіта, сфера діяльності, інтереси, вік тощо. Хоча психологічна оцінка новизни слова є суб'єктивною, зводити "відчуття новизни" лише до індивідуального суб'єктивного сприйняття слова окремими носіями мови недоцільно, оскільки при сприйнятті якогось слова носієм мови на його індивідуальне відчуття новизни впливає колективне визнання новизни цього слова чи значення. Ступінь новизни лежить в основі виділення "сильних" і "слабких" неологізмів, "неологізмів перехідного типу", "актуальних неологізмів". Обов'язковою ознакою актуальних неологізмів є відчуття новизни, властиве всім членам мовного колективу, яке в цьому випадку може розглядатися як об'єктивне.

Потреби суспільства в номінації нового задовольняються різними шляхами: запозиченням номінативних одиниць з інших мов із подальшим включенням їх у системні процеси мови-реципієнта, калькуванням, реалізацією можливостей системи словотвору, створенням індивідуальних номінацій тощо. Процеси неологізації в українській мові досліджуються в розвідках Є. Карпіловської, Н. Клименко, Ж. Колоїз, Н. Непийводи, І. Самолової, О. Сербенської, В. Сімонок, Л. Ставицької, Н. Стратулат, О. Стишова, О. Тараненка, Г. Яворської та ін. [1, 3, 5, 13]. У перші десятиліття ХХІ ст. в українській лексикографії з'явилася низка неологічних словників (словників мовних інновацій), у яких фіксуються словотвірні неологізми, нові запозичення, неосемантизми [2, 4, 6–12]. Традиційно потреба в неологізмах з'являється при появі нового референта, однак нові назви можуть з'являтися і для позначення вже відомих предметів

чи явищ, і тоді вони розглядаються як неологізми не за змістом, а за формою. Різні аспекти трансномінації традиційних понять розглядають Д. Герберг, К. Геллер, М. Шредер та ін. [15].

Серед найбільш відомих теорій неологізації – денотативна теорія (відома з 1960-х рр. і популярна й досі), стилістична, лексикографічна, структурна, когнітивно-дискурсивна, психолінгвістична та ін. Денотативна теорія розглядає нові слова, що позначають нові реалії чи поняття (денотати). За стилістичною теорією, неологізми – це стилістично марковані слова, значення слів або фразеологізми, використання яких супроводжується ефектом новизни. За структурною теорією, неологізмами є тільки ті слова, яким властива абсолютна структурна новизна і, відповідно, унікальна звукова форма. Прихильники лексикографічної теорії (популярної в західній неології) вважають неологізмами слова, не зафіксовані в сучасних словниках, і семантичні неологізми. У рамках когнітивно-дискурсивного підходу неологізми тлумачаться як нові слова, які виникають через суспільно зумовлену потребу у вербалізації неоконцептів, зберігають відчуття новизни для носіїв мови і ще не увійшли в загальний ужиток.

Традиційні класифікації неологізмів здебільшого фіксують результати неологізації, не надто зосереджуючись на когнітивних процесах, які лежать в її основі. Однак за своєю природою неологізація – це динамічний процес. У психолінгвістиці нове слово розглядається як одиниця індивідуального лексикону людини – динамічної системи, у якій органічно взаємодіють мовні й енциклопедичні знання людини, соціально прийняті й індивідуальні норми й оцінки і яка оперативно відображає всі зміни в житті носія мови й усього мовного колективу. Функціонування будь-якого слова в лексиконі особистості забезпечується комплексом багатоступеневих процесів, які відбуваються на різних рівнях усвідомлення при взаємодії продуктів переробки перцептивного, когнітивного й емоційно-оцінного досвіду людини. З погляду психолінгвістики неологізація – це не лише спосіб розширення чи швидкого оновлення лексичного складу мови, а міжрівневий процес, у якому задіяні структури лексикону конкретного мовця як представника суспільства в цілому, уся сукупність вербальних одиниць і всі види зв'язків між ними. Різниця

між колективними й індивідуальними знаннями, представленими в семантиці мовних одиниць, є найважливішим чинником, який визначає характер зв'язків і відношень на різних рівнях мовної системи. Переробка різноманітного досвіду відбувається за закономірностями взаємодії сукупності психічних процесів людини, під контролем систем норм і оцінок, прийнятих соціумом. Можна припустити, що під час ідентифікації значення нового слова відбувається взаємодія індивідуального знання конкретного мовця і колективного знання, яка передбачає інтерпретацію цієї одиниці і перехід її в площину індивідуального досвіду.

Отже, із погляду психолінгвістики, ідентифікація слова, уже відомого чи нового, – це низка психічних процесів, результатом яких є розуміння, знання і готовність людини оперувати цим знанням із урахуванням всього свого індивідуального досвіду. Доступним і достатньо результативним методом дослідження психолінгвістичних аспектів неологізації є вільний асоціативний експеримент, який був обраний для дослідження процесу засвоєння мовцями лексичних інновацій. **Мета** проведення вільного асоціативного експерименту полягала у з'ясуванні статусу неологізмів у внутрішньому лексиконі людини та стратегій їх засвоєння й використання. Серед **завдань** були аналіз способів інтерпретації респондентами значень неологізмів, визначення відповідності між інтерпретованими респондентами значеннями і значеннями, зафіксованими в інших джерелах. Під час експерименту респондентам була запропонована анкета, яка складалася з двох блоків – низки біографічних питань (вік, стать, освіта, професія, місце народження, місце проживання, мови, якими володіють) і списку вибраних із текстів сучасних ЗМІ часто вживаних неологізмів, до яких учасники експерименту мали записати асоціації, що викликали в них ці слова. Аналізуючи процеси неологізації в українській мові перших десятиліть ХХІ ст., можна помітити тенденцію до збільшення кількості інтернаціоналізмів. Таке зближення словникового складу різних мов іноді позначають терміном "глобалізм", а нові назви, які входять одразу в усі мови світу без перекладу, називають "глобалізмами". Саме такі одиниці були обрані як слова-стимули. До участі в експерименті залучалися респонденти з різних регіонів України, різних

вікових груп (від 16 до 67 років), освіти, професії. Більшість інформантів мають повну середню або вищу освіту, вільно володіють щонайменше двома мовами, а також знають (різною мірою) одну чи кілька іноземних мов. Кількість асоціативних реакцій на стимул не обмежувалася. Хоча припускалося, що процес ідентифікації інформантами нових слів буде сповільненим, для забезпечення спонтанності реакцій час на відповідь був обмеженим.

Дослідження особливостей ідентифікації нового слова передбачає моделювання процесів і механізмів, які забезпечують сприйняття цього слова, пошук його у структурах пам'яті, використання для вирішення певних когнітивних і комунікативних завдань. Опорами при ідентифікації значення слова виступають його фонетичні, графічні, семантичні ознаки та фрагменти індивідуального знання людини, які активізуються під час ідентифікації слова. Осмислення нового слова мовцем і активація при цьому його попереднього мовного й енциклопедичного досвіду розглядається в рамках концепції нерозривності триєдиного (когнітивного, перцептивного, емоційного) контексту функціонування слова в індивідуальній свідомості. Будь-яке слово, що ідентифікується, одразу включається в контекст певного акту глибинної предикації, який відображає попередній досвід оперування цим словом у процесі мовнорозумової та комунікативної діяльності. При сприйнятті неологізму такого попереднього досвіду оперування ним мовець зазвичай немає. Однак, "яким би не був психологічний статус слова у сприйнятті й розумінні, у якомусь певному пункті (на певному етапі) ми маємо ізолювати й упізнавати слова в реченні та шукати їхнє значення в нашому внутрішньому лексиконі" [14, 26]. Ідентифікація неологізму передбачає його включення в систему різних мовних і позамовних зв'язків, внаслідок чого його внутрішній зміст, уся сукупність інформації, що передають його формально-структурні характеристики, і весь контекст функціонування слова в індивідуальній свідомості стають опорами в усвідомленні значення нового слова. Можна припустити, що неологізм, який сприймається реципієнтом в умовах "позаконтекстного" пред'явлення, має певний об'єктивний зміст.

Індивід розуміє нове слово відповідно до свого мовного й енциклопедичного досвіду, змісту свого лексикону, сформованих схем знань, еталонів, оцінок, можливо, якихось індивідуальних суб'єктивних "слідів у пам'яті".

Отримані під час експерименту асоціативні реакції на стимули-неологізми відображають базові знання мовців, а також семантичні і прагматичні особливості самих одиниць. Поява в лексиконі конкретного індивідуума чи всього етносу нової одиниці передбачає на початкових етапах її функціонування можливість обмеженого вживання цієї одиниці як елементу пасивного фонду лексики, тому під час аналізу матеріалу фіксувалися всі відповіді, без поділу на "правильні" й "неправильні". Розглянемо детальніше деякі отримані асоціативні ряди (асоціативні ряди для прикладу відібрані за кількістю й розмаїттям реакцій):

**БОДІПОЗИТИВ** – любов до тіла (11), тіло (9), прийняття (8), товстий (8), зайва вага (4), жінка (3), задоволення (2), здоров'я (2), здоровий спосіб життя (2), Інстаграм (2), повнота (2), позитив (2), спорт (2), фігура (2), XXI століття, 90-60-90, вага, відкритість, відраза, впевненість, гладкий, глянцевий журнал, громадський рух, діста, зайва вага, лінь, межа, мода, негатив, недогляд, неприємний, огида, патріархат, переїдання, повний, радість, сприйняття, усміхнені люди, шеймінг;

**БУЛІНГ** – школа (15), цькування (15), знущання (12), приниження (9), образа (6), діти (5), насилля (4), травля (4), хуліганство (3), булінг (2), життя (2), жорстокість (2), зневага (2), агресія, англійська, булімія, давка, дитина в куточку, жертва, зло, негативне ставлення, ненависть, побиття, погрози, хейт, шеймінг, школярі, *Алуона Алуона*;

**ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ** – "Дія" (32), "Держава в смартфоні" (24), технологія (12), смартфон (10), гаджети (8), інтернет (8), інформація (6), комп'ютеризація (5), цифровий підпис (5), гугл-форма (4), електроніка (4), модернізація (4), оцифрування (4), прогрес (4), сучасність (4), комп'ютер (3), майбутнє (3), оновлення (3), розвиток (3), осучаснення (2), телефон (3), ЗеКоманда (2), комп'ютерна програма (2), африката, бінарний код, готівка, деталі, економіка, кампанія, музичне наповнення, покращення, політика, постмодернізм, поширення, програміст,

різдвяні дзвіночки, трансформація, удосконалення, хайп, цифрові прилади, штамп 4DЖ;

**ЕЙДЖИЗМ** – вік (18), дискримінація (11), старість (6), старий (4), старіння (2), бабуся, відсталість, глобалізація, гострий, діджей, драйв, емоції, засудження, індус, консерватизм, міміка обличчя, несприйняття, нонсенс, образа, різниця у віці, рух, сине небо, травля, утиск, хронологія;

**ЕМОДЗІ** – смайлик (31), емоція (9), месенджер (8), жовтий (6), смайл (6), повідомлення (5), усмішка (5), стікери (4), чат (4), значок (3), картинка (3), настрої (3), усміхнене обличчя (3), телеграм (3), враження (2), обличчя (2), поцілунок (2), радість (2), серце (2), сміх (2), бісить, брак слів, знак, квітка, Китай, сміх зі сльозами, фу, якудза, японець;

**ЛУКІЗМ** – зовнішній вигляд (16), Лука (7), вигляд (5), дискримінація (4), зовнішність (4), лук (3), література (2), нечесність (2), образа (2), приниження (2), цибуля (2), видовище, Євангеліє, імажинізм, казати неправду, коментар, лицемірство, Лукія, лунохід, негатив, одяг, погляд, початок ХХІ століття, релігія, сльози, стаття, стереотипи, страшний, течія, травля, хвороба;

**МЕСЕНДЖЕР** – повідомлення (22), телеграм (17), фейсбук (13), вайбер (15), додаток (10), телефон (9), соціальна мережа (7), чат (6), засіб спілкування (4), фейсбук (4), переписка (3), комунікація (2), смс (2), сповіщення (2), багато, блакитний, внук, друзі, зв'язок, інстаграм, інтернет, керівник, кишеня, менаджер, мішкуватий, німб, новина, обмін, програма, продавець-консультант, розмова, синій, стікер, швидкість;

**ПІКСЕЛЬ** – екран (12), камера (12), монітор (10), форма (10), форма українських військових (8), камуфляж (6), комп'ютер (6), військова форма (4), зображення (3), крапка на моніторі (3), картинка (2), розмита картинка (2), бінокль, військова форма ЗСУ, воєнна форма, захист, квадратик, кольорова гама військової техніки, мультики, символ мужності, смешарики, форми, фотшоуп;

**СТІЛУС** – паличка (12), олівець (10), ручка (8), планшет (6), сенсор (6), "Стилет чи стилос" (5), телефон (4), перо (3), самсунг (3), магазин (2), стилет (2), техніка (2), відео, вірш, га-

*джет, електроніка, засіб для малювання, зброя, інструмент, малюнок, мода, палка, предмет, рудимент, стискання, технологія;*

**СТРИМ** – *прямий ефір (15), трансляція (11), ютуб (10), блогери (8), твіч (6), відео (4), гра (4), інстаграм (4), онлайн (3), потік (3), швидкість/швидкий (3), інтернет (2), підлітки (2), стрьомно (2), блогінг, бруд, геймер, зйомка, ігри, лайв, мейн-стрімнапрям, передача даних, показ, популярно, програма "Stream", робота, скейт, стриманий, струмись, струмок;*

**ТАЙМІНГ** – *час (37), будильник (5), тайм-менеджмент (3), годинник (4), дедлайн (2), обмеження (2), розклад (2), вдача, відлік, відрізок, впорядкованість, вчасність, вчасно, зібраність, зустріч, ідеальний, ліміт, менеджмент, момент, пісок, порядок, розпорядок дня, самооргація, секундомір, страждання, таймер, телефон, технологія, точність, тривога;*

**ТУРНИКЕТ** – *метро (12), в метро (6), джгут (5), джгут для зупинки кровотечі (4), військовий (3), волонтерство (3), жетон (3), кров (3), білети (2), життя (2), поранення (2), зупинка кровотечі (2), для інвалідів, допомога, зупинити кров, кровоспинний джгут, медикам, можливість спасти людині життя, не знаю, пропускний пункт, прохідна, турнікет у метро, фірма САТ, штука в метро.*

У процесі ідентифікації слова відбувається постійна взаємодія різних типів знання. Система смислів індивіда постійно перебудовується. Одним із проявів цих процесів є асоціативні реакції на стимули **ПІКСЕЛЬ** і **ТУРНИКЕТ**, які відображають динаміку значення, зміну актуальності значень цих полісемічних слів. Так, частина реакцій на стимул **ПІКСЕЛЬ** (*екран, камера, монітор, комп'ютер, зображення, крапка на моніторі, картинка, розмита картинка, квадратик, фотошоп*) презентують значення 'елемент зображення, найдрібніша одиниця цифрового зображення в растровій графіці'. Інша, досить численна, частина реакцій (*форма, форма українських військових, камуфляж, військова форма, бінокль, військова форма ЗСУ, воєнна форма, захист, кольорова гама військової техніки, символ мужності*) передає значення 'камуфляжний одяг, військова форма'. Аналогічна ситуація спостерігається з реакціями на багатозначний стимул **ТУРНИКЕТ**, одне зі значень якого актуалізується останнім



часом у зв'язку з подіями в житті мовців і країни. Реакції *метро*, *в метро*, *жетон*, *білети*, *турнікет у метро*, *штука в метро*, *пропускний пункт*, *прохідна* презентують значення 'пристрій, призначений для обмеження проходу людей у випадку, коли необхідна перевірка права входу й виходу для кожної людини'. Реакції *джгут*, *джгут для зупинки кровотечі*, *військовий*, *вольтерство*, *кров*, *життя*, *поранення*, *зупинка кровотечі*, *для інвалідів*, *допомога*, *зупинити кров*, *кровоспинний джгут*, *медикам*, *можливість спасти людині життя*, *фірма SAT* представляють нове для широкого загалу термінологічне значення 'різновид джгута для тимчасової зупинки кровотеч'.

При дослідженні отриманих асоціативних реакцій можна виділити певні семантичні параметри, які узагальнюють компоненти семантики неологізмів. У матеріалах експерименту представлені ознакові, суб'єктивно-оцінні, просторово-часові, ситуативні (відображення попереднього індивідуального досвіду респондента), гіперо- і гіпонімічні, симілятивні, опозитивні, суб'єктивно-дефінітивні та деякі інші види реакцій.

Механізм ідентифікації слова орієнтований на пошук знайомих мовцю елементів із постійною опорою на його попередній досвід, що виводить на певну конкретну ситуацію, яка є частково вербалізованим фрагментом загальної сукупності знань мовця. Це яскраво проявляється в ситуативних реакціях, на формування яких суттєво впливає попередній досвід респондентів, стимул асоціюється з певною життєвою ситуацією або її складовою: *боді-позитив* – *Алуона Алуона*, *глянцевий журнал*, *діджиталізація* – *різдвяні дзвіночки*, *постмодернізм*, *ЗеКоманда*, *Кличко*, *мер*, *"Держава в смартфоні"*, *"Дія"*, *музичне наповнення*; *ейджизм* – *образа*, *індус*; *месенджер* – *внук*, *друзі*, *кишеня*. Реакції цієї групи можуть не мати прямого семантичного зв'язку зі стимулом.

Одиниці індивідуального лексикону структуруються і зберігаються разом зі стратегіями їх використання. Аналіз отриманих асоціацій, виявлення стратегій і опор, які респонденти використовують для ідентифікації нових слів, свідчить, що, ідентифікуючи нові слова, інформанти часто спираються на формальні мотивуючі елементи і морфологічні компоненти слів. Фонетичний образ слова, його морфологічні особливості сприяють залученню нового

слова до складу одиниць ментального лексикону й можуть служити елементами виходу на індивідуальну картину світу мовця.

Під час аналізу характеру зв'язків між стимулами-неологізмами й отриманими асоціативними реакціями можна помітити певні стратегії ідентифікації інформантами значень нових слів. Так, при сприйманні незнайомого слова може реалізуватися стратегія ідентифікації з опорою на звуко-буквений комплекс. Відбувається автоматичне включення його в контекст попереднього досвіду людини. Цей тип реакцій мотивований актуалізацією одиниць лексикону, які мають подібність зі стимулом за формальними ознаками, респонденти можуть реагувати на графічну або фонетичну форму стимулу, напр.: *булінг* – *боулінг*, *булімія*, *ейджизм* – *діджей*, *діджиталізація* – *африката*, *месенджер* – *менеджер*. Чим краще відомий носію мови зміст слова, тим інтенсивніше семантичні (змістові) асоціації витісняють асоціації, що ґрунтуються на його звуковій або графічній формі.

При сприйнятті нового слова може використовуватися стратегія з опорою на фонетичний образ стимулу як проміжний елемент асоціативного процесу, напр.: *месенджер* – [менеджер] – *керівник*, *продавець-консультант* (очевидно, на стимул *месенджер* в деяких випадках проміжним компонентом було слово *менеджер*). Морфеми (або інші елементи), що входять до складу нових слів, можуть бути добре відомими носію мови, який знає інші слова, які містять цю морфему (*бодіпозитив* – *позитив*). Спостерігається стратегія з опорою на морфологічні компоненти слова. З іншого боку, деякі елементи цих слів трапляються в знайомих словах, які не мають семантичного зв'язку з новим словом (*бумер* – *бумеранг*). Таким чином, будучи новими для інформанта, неологізми можуть бути або вважатися "семантично прозорими" для нього. Опорними елементами в цих випадках можуть служити різні компоненти слова, як значущі (морфологічні компоненти), так і прості ланцюжки графом і/або фонем, які знаходяться на початку, у середині чи в кінці слова. Ідентифікація може бути зумовлена комбінацією двох або більше мотивуючих елементів: *лукізм* – [рос. лук] – *цибуля*; *лукізм* – *Лука*, *Євангеліє*, *релігія*, *Лукія*; *лукізм* – *лук*, *зовнішність*.

На деякі неологізми-стимули інформанти для реакції просто називали частину мови, до якої належить це нове для них слово (так, наприклад, стимули *газлайтинг* і *шеймінг* у кількох інформантів викликали асоціацію *іменник*), що є проявом стратегії ідентифікації з опорою на лексико-граматичний клас і граматичну форму нового слова.

Серед асоціативних реакцій значну частку становлять суб'єктивно-дефінітивні реакції. Інформанти намагаються дати своє тлумачення слова-стимулу, напр.: *бодіпозитив* – *любов до тіла, здоровий спосіб життя*; *булінг* – *негативне ставлення, цькування*; *ейджизм* – *різниця у віці, дискримінація*; *емодзі* – *враження, емоція, стікери*; *стрім* – *трансляція, передача даних, прямий ефір*; *діджиталізація* – *4D, комп'ютеризація, оцифровка/оцифрування, цифровий*; *лукізм* – *вигляд, зовнішній вигляд*; *піксель* – *форма, форма українських військових, військова форма, військова форма ЗСУ*. Суб'єктивно-дефінітивні реакції, які містять фрагменти визначення, наближеного до лексикографічного варіанта, демонструють найбільшу відповідність до семантики неологізмів-стимулів і є проявом дефініційної стратегії.

Індивідуальну систему еталонів і оцінок інформантів передають суб'єктивно-оцінні реакції: *бодіпозитив* – *лінь, межа, негатив, недогляд, неприємний, відраза*; *булінг* – *зло*; *діджиталізація* – *розвиток*; *ейджизм* – *відсталість, міміка обличчя, консерватизм, нонсенс*; *емодзі* – *бісить, жовтий, брак слів, фу*; *лукізм* – *лицемірство, негатив, нечесність, образа, приниження, сльози*; *стрім* – *бруд, стрьомно*; *стилус* – *мода*.

Лексикон сучасної людини постійно поповнюється іншомовними словами, які вступають у синонімічні зв'язки з уже наявними одиницями. Симілятивні асоціативні реакції (реакції близькі до значення слова-стимулу) формуються на основі семантичної подібності зі значенням слова-стимулу: *булінг* – *знуцання, насилля, травля, утиск*; *стилус* – *олівець, перо*; *емодзі* – *смайл, смайлик*; *піксель* – *камуфляж, форма*. Опозитивні реакції на неолонізми-запозичення (*асексуал* – *бісексуал*, *бодіпозитив* – *шеймінг, відраза*) нечисленні. Очевидно, це пояснюється тим, що семантика неологізмів не повністю зрозуміла мовцям, нове слово ще має обмежену кількість семантичних зв'язків, мовцям важко

швидко спонтанно підібрати опозитивну одиницю до нового слова з не до кінця зрозумілою семантикою і це не є для них актуальним.

Параметри часу і простору є базовими і просторово-часові реакції на неологізми досить частотні: *бодіпозитив* – 21 століття; *булінг* – школа, дитина в куточку; *діджиталізація* – поширення, сучасність; *ейджизм* – вік, глобалізація; *месенджер* – зв'язок, інстаграм, інтернет, телеграм, фейсбук, вайбер, чат; *емодзі* – чат, месенджер, телеграм, Китай; *лукізм* – початок XXI століття; *стилус* – магазин.

Експериментальне дослідження доводить, що сприйняття неологізмів відбувається з використанням універсальних ідентифікаційних стратегій. Неологізми, які перебувають на завершальних етапах засвоєння мовою-реципієнтом, мають більше різновидів реакцій, ніж рідковживані неологізми-стимули. При заміні запозичення українським відповідником відбувається певне когнітивне варіювання. Відчуття новизни номінативної одиниці включає в себе весь комплекс вражень, які переживає індивід, пов'язаних із усім досвідом його діяльності.

### **Висновки**

Нове слово як одиниця внутрішнього лексикону людини допомагає осмислити нові реалії, знаходиться в постійній динаміці, є засобом доступу до інформаційної бази індивіда і потребує всебічного дослідження. Засвоєння нового слова відіграє важливу роль у переструктуруванні зв'язків між одиницями індивідуального лексикону мовця. За рахунок розвитку нових асоціативних зв'язків, переструктурування знань, появи нових індивідуальних смислів, наповнення одиниць лексикону новим перцептивно-афективним змістом відбувається його оновлення.

Асоціативний експеримент дає матеріал для аналізу стратегій ідентифікації значення нового слова і стимулює мовотворчість інформантів, зокрема, створення нових оказіональних одиниць номінації, нових значень, контекстів використання слів-стимулів. Питання про новизну слова доцільно розглядати в аспекті його сприйняття індивідуальною свідомістю. Під час аналізу результатів експерименту слід розмежовувати власне неологізм і просто нове для мовця слово, яке раніше не траплялося в його індивідуальному мовленнєвому досвіді. Аналіз результатів експерименту

показує, що об'єктивна новизна неологізмів не завжди збігається з суб'єктивною новизною сприйманих інформантами стимулів. У сприйнятті й розумінні неологізмів значну роль відіграє внутрішня форма. Уся різнопланова інформація, яку несе нова мовна одиниця, взаємодіє зі складною системою індивідуальних і колективних норм і оцінок, їхньою частотністю і сферою використання, віком засвоєння і зберігається з певним набором стратегій. При дослідженні особливостей сприйняття й функціонування неологізмів потрібно брати до уваги такі моменти, як колективний узус, ідіолект, індивідуальна мовленнєва діяльність, норма і варіювання, колективна й індивідуальна норма, стереотипне і творче, помилка і словотворчість.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пуздирева, Ю. В. Романюк; відп. ред. Є. А. Карпіловська. К. : ТОВ "КММ", 2013. 416 с.
2. *Віняр Г. М., Шпачук Л. Р.* Словник новотворів української мови. Кривий Ріг, 2002. 126 с.
3. Вплив суспільних змін на розвиток української мови: Монографія / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пуздирева, Ю. В. Романюк; відп. ред. Є. А. Карпіловська. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 444 с.
4. *Мазурик Д.* Нове в українській лексиці. Словник-довідник. Львів: Світ, 2002. 130 с.
5. *Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П.* Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: Монографія. К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
6. *Колоїз Ж. В.* Тлумачно-словотвірний словник okazіоналізмів. Кривий Ріг: ТОВ "ЯВВА", 2003. 168 с.
7. *Мазурик Д.* Нове в українській лексиці : словник-довідник. Львів : Світ, 2002. 130 с.
8. *Нелюба А.* Лексико-словотвірні інновації (1983–2003). Харків, 2004. 188 с.
9. *Нелюба А., Нелюба С.* Лексико-словотвірні інновації (2004–2006) : словник. Харків : Майдан, 2007. 144 с.
10. Нові слова та значення : словник / Ін-т укр. мови НАН України; уклали Л. В. Туровська, Л. М. Василькова. К. : Довіра, 2008. 271 с.

11. Нові й актуалізовані слова та значення: словникові матеріали (2002–2010) / Кер. проекту і відп. ред. О. М. Тищенко, авт. колектив: В. О. Балог, Н. Є. Лозова, Л. О. Тищенко, О. М. Тищенко; Інститут української мови НАН України. К. : Видавничий дім Дмитра Бурого, 2010. 280 с.

12. Словотворчість незалежної України. 1991–2016: словник / Укладач А. Нелюба. Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2012. 608 с.

13. *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. К., 2003.

14. *Flares d'Arcetis GR., Sckmsekr R.* The process of language understanding: a few issues in cxjffitempomy psycholinguistics. *The process of language understanding*. Chichester, 1983. P. 1–41.

15. *Herberg, Dieter:* Neologismen der Neunzigerjahren. *Neues und Fremdes im Deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel*. Hrs von G. Stickel. Berlin u.a: de Gryeter, 2001. S. 69–104.

**Olena GAPCHENKO**, PhD, Associate Prof.,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
Kyiv, Ukraine  
ORCID ID: 0000-0001-6458-6248

## PSYCHOLINGUISTIC ASPECTS OF NEOLOGIZATION

*The article is dedicated to the experimental investigation of the neologisms' status in the mental lexicon of the person. The main object of the analysis was the associative reactions of the individuals to the new loanwords, which are often used in mass media speech, gathered during the conduction of the free association experiment. The focus is on the investigation of the neologisms' semantics, types of associative connections, and features of the functioning of these units from the aspect of psycholinguistics and linguistic and cultural studies. Psycholinguistic aspects of the process of neologizing and strategies to identify the new word's meaning are observed. An experimental study proves that the perception of neologisms occurs with the use of universal identification strategies. A new word as a unit of a person's internal lexicon wants to comprehend new realities that are in constant dynamics, which are a means of access to the individual's information base and requires comprehensive research. Learning a new word plays an important role in restructuring the connections between the units of the speaker's lexicon. Its renewal takes*

*place to develop the knowledge of new associative connections, to restructure, to occur the new individual contents, and to fill a single vocabulary with new perceptual-affective contents. Neologisms that are in the final stages of assimilation by the recipient language have more varieties of associative reactions than little-used neologisms stimulus. When analyzing the results of the experiment, a distinction should be made between a neologism of its own and a word that is simply new to the speaker and that has not occurred before in individual speech experience. The analysis of the results of the experiment shows that the objective novelty of neologisms does not always coincide with the subjective novelty of stimuli perceived by informants. The internal form plays a significant role in the perception and understanding of neologisms. All the diverse information carried by a new language unit interacts with a complex system of individual and collective norms and assessments, their frequency and scope of use, and the age of acquisition and is stored with a certain set of strategies.*

**Keywords:** *neologism, neology, psycholinguistics, associative experiment, verbal associations, lexicon.*

## REFERENCES

1. Aktyvni resursy suchasnoi ukrainskoi nominatsii: Ideohrafichnyi slovnyk novoi leksyky / Ye. A. Karpilovska, L. P. Kysliuk, N. F. Klymenko, V. I. Krytska, T. K. Puzdyrieva, Yu. V. Romaniuk; vidp. red. Ye. A. Karpilovska. Kyiv: TOV "KMM", 2013. 416 s.
2. Viniar H. M., Shpachuk L. R. Slovnyk novotvoriv ukrainskoi movy. Kryvyi Rih, 2002. 126 s.
3. Vplyv suspilnykh zmin na rozvytok ukrainskoi movy: Monohrafiia / Ye. A. Karpilovska, L. P. Kysliuk, N. F. Klymenko, V. I. Krytska, T. K. Puzdyrieva, Yu. V. Romaniuk; vidp. red. Ye. A. Karpilovska. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho, 2017. 444 s.
4. Mazuryk D. Nove v ukrainskii leksytsi. Slovnyk-dovidnyk. Lviv: Svit, 2002. 130 s.
5. Klymenko N. F., Karpilovska Ye. A., Kysliuk L. P. Dynamichni protsesy v suchasnomu ukrainskomu leksykoni: Monohrafiia. Kyiv: Vydavnychi Dim Dmytra Buraho, 2008. 336 s.
6. Koloiz Zh. V. Tlumachno-slovotvirnyi slovnyk okazionalizmiv. Kryvyi Rih: TOV "YaVVA", 2003. 168 s.
7. Mazuryk D. Nove v ukrainskii leksytsi : slovnyk-dovidnyk. Lviv : Svit, 2002. 130 s.
8. Neliuba A. Leksyko-slovotvirni innovatsii (1983–2003). Kharkiv, 2004. 188 s.

9. Neliuba A., Neliuba S. *Leksyko-slovotvirni innovatsii (2004–2006) : slovnyk*. Kharkiv : Maidan, 2007. 144 s.

10. *Novi slova ta znachennia: slovnyk / In-t ukr. movy NAN Ukrainy; uklaly L. V. Turovska, L. M. Vasylova*. Kyiv: Dovira, 2008. 271 s.

11. *Novi i aktualizovani slova ta znachennia: slovnykovi materialy (2002–2010) / Ker. proektu i vidp. red. O. M. Tyshchenko, avt. kolektyv: V. O. Baloh, N. Ye. Lozova, L. O. Tymenko, O. M. Tyshchenko; Instytut ukrainskoi movy NAN Ukrainy*. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho, 2010. 280 s.

12. *Slovotvorchist nezaleznoi Ukrainy. 1991–2016: slovnyk / Ukladach A. Neliuba*. Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo, 2012. 608 s.

13. Styshov O. A. *Dynamichni protsesy v leksyko-semantichnii systemi ta v slovotvori ukrainskoi movy kintsia XX st. (na materialy movy zasobiv masovoi informatsii)*. Avtoref. dys... d-ra filol. nauk: 10.02.01. Kyiv, 2003.

14. *Flares d'Arcetis GR., Sckmsekr R. The process of language understanding: a few issues in cxjffitempomy psycholinguistics. The process of language understanding*. Chichester, 1983. P. 1–41.

15. *Herberg, Dieter. Neologismen der Neunzigerjahren. Neues und Fremdes im Deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel*. Hrs von G. Stickel. Berlin u.a: de Gryeter, 2001. S. 69–104.

Дата надходження до редакції – 02.12.2022

Дата затвердження редакцією – 23.12.2022