

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра англійської філології та світової літератури
імені професора Олега Мішукова

Особливості відтворення англійськомовних неологізмів
українською мовою у сучасних ЗМІ: функціональний та
перекладацький аспекти

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: здобувачка

Спеціальності 035 Філологія

Освітньо-професійної (наукової) програми
Філологія (германські мови та літератури
(переклад включно))

Глушко Аліна Василівна

Керівник: к. філол. н., доц. Французова
К.С.

Рецензент: Соловей Г.С., к. філол. н.,

судновій
морської

доцент кафедри англійської мови в
енергетиці Херсонської державної
академії

Івано-Франківськ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Дослідження поняття неології: теоретичний аспект	7
1.1. Особливості функціонування неологізмів.....	7
1.2. Структурно-семантична характеристика поняття «неологізм»	11
1.3. Класифікації та засоби утворення неологізмів.....	14
РОЗДІЛ 2. Переклад англійських неологізмів українською мовою: перекладацький аспект	20
2.1. Відтворення неологізмів у газетному та Інтернет-дискурсах.....	20
2.2. Способи перекладу неологізмів у ЗМІ.....	31
2.3. Труднощі перекладу неологізмів у засобах масової інформації.....	39
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51

ВСТУП

У сучасному інформаційному та культурному середовищі англійські неологізми стають усе більш поширеними в англійській мові, відображаючи нові реалії та технологічні досягнення. Переклад таких лексичних новоутворень українською мовою потребує спеціальної уваги через їхню специфічність та контекстуальні відтінки. Сучасні англійські неологізми часто створюються через стрімкий розвиток інтернет-технологій, наукових винаходів, соціокультурних тенденцій і масових медіа.

Однак, переклад сучасних англійських неологізмів українською мовою вимагає не лише лінгвістичної точності, а й урахування контекстуальних та культурних аспектів. Неологізми часто не мають прямого еквіваленту в українській мові, що ставить перед перекладачем завдання знайти оптимальне рішення для передачі сутності та змісту.

У даному дослідженні ми розглядаємо особливості перекладу сучасних англійських неологізмів українською мовою з урахуванням різноманітних лексичних трансформацій, таких як транскрипція, транслітерація, калькування, експлікація та інші. Ми також розглянемо вплив цих трансформацій на змістовність і стилістичність перекладу, а також їхню роль у збереженні адекватності оригінального тексту.

Ця тема є **актуальною** в контексті глобалізації та культурного обміну, де взаємодія мов та переклад стають ключовими елементами для взаєморозуміння між національними та культурними спільнотами. Вивченням англійських неологізмів, їхньої функціональної та перекладацької специфіки займалися багато дослідників, серед яких Балюта Е. Г. [1], Бойчук М. В. [2], Борис Д. [3], Вокальчук Г. М. [4; 5], Данкевич Т. [6], Зацний Ю. А. [8; 9], Козаченко І. В. [11], Козьмик Г. О. [12], Колоїз Ж. В. [14; 15], Левицький А. Е. [17], Підкамінна Л. В. [19],

Стишов О. А. [21], Устінова В. О. [22], Федоренко О. [23], Французова К. С. [32; 33], Чернявська І. В. [24], Чумак Л. М. [25], Ялковська О. Є. [26], Янишина Л. [27].

Зв'язок дослідження із науковими темами, програмами і планами. Ця робота написана в межах однієї з основних наукових тем відповідальної кафедри (англійської філолог. та світов. літер-ри імені професора О. Мішукова) №0123U103801 «Лінгвокогнітивні, лінгвокультурологічні, наратологічні та перекладознавчі аспекти дослідження художніх та нехудожніх типів текстів».

Метою роботи є виокремлення специфіки функціонування і способів перекладання англійськомовних неологізмів в сучасних засобах масової інформації.

Згідно зазначеної мети потрібно виконати наступні **завдання**:

- охарактеризувати поняття неологізм та неології;
- проаналізувати структурно-семантичну характеристику неологізмів;
- описати класифікації та засоби утворення неологізмів;
- проаналізувати неологізми в газетному та Інтернет дискурсах;
- дослідити способи перекладу неологізмів у ЗМІ;
- виокремити труднощі перекладу неологізмів у засобах масової інформації.

Об'єкт дослідження – англійськомовні неологізми у текстах ЗМІ і їхні українські переклади.

Предметом є особливості функціонування і перекладання неологізмів англійської мови у матеріалах засобів масової інформації.

Методами дослідження, які застосовувалися у роботі, є *метод теоретичного аналізу і метод синтезу* (визначення і обґрунтування

основних понять), *практичного аналізу* (вивчення різних класифікацій значень неологізмів), *перекладознавчо-зіставний* (аналіз англійськомовних матеріалів ЗМІ і їхніх перекладів українською); *контекстологічний* (вивчення різноманітних контекстів задля з'ясування функціональних та перекладацьких особливостей неологізмів), *кількісний метод* (для виконання підрахунків щодо частотності застосування різних трансформацій при перекладі неологізмів у досліджуваних текстах).

Матеріалом даної роботи слугували англійськомовні статті ЗМІ та їхні переклади: «The New York Times», «Daily Mail» та «The Guardian» (2020–2024 рр.)

Наукова новизна результатів дослідження: 1) виокремлено визначальні особливості функціонування і відтворення неологізмів у сучасних ЗМІ; 2) виявлено домінуючі перекладацькі трансформації при відтворенні англійськомовних неологізмів українською мовою у текстах ЗМІ.

Практичне значення отриманих результатів. Підрахунки і основні положення проєкту можна застосовувати під час дослідження англійськомовних ЗМІ, специфіки функціонування неології та її відтворення, вивчаючи предмети суміжної сфери («Стилістика англійської мови», «Теорія і практика перекладу», «Вступ до перекладознавства», «Лексикологія англійської мови», курси з вивчення різних аспектів неології, перекладання ЗМІ. Також роботу можуть використовувати філологи, перекладачі та здобувачі відповідних спеціальностей.

Апробація результатів дослідження. Дана кваліфікаційна робота пройшла апробацію: 1) на попередньому захисті магістерських проєктів відповідальної кафедри; 2) на III Міжнародн. науково-практичній конференц. «Лінгвістичні обрії XXI сторіччя», що пройшла 28-29.11.2023

у Івано-Франківську (доповідь «The Specificity of the Translation of English Neologisms in Modern Mass Media»).

Публікації. Результати магістерської роботи були зазначені у одноосібній статті: Hlushko A. V. Means of Translating English Neologisms into Ukrainian Based on Media Examples // Магістерськ. студії. Альман. Випуск 24. Херсон : Херсонський державний університет, 2024. С. 21-25

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ НЕОЛОГІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

1.1. Особливості функціонування неологізмів

Мова постійно розвивається. Активний потік нових слів є однією з ключових умов для її продуктивного розвитку. Щодня відбуваються процеси пізнання оточуючого світу, виникають нові поняття, змінюється соціальне життя, а також прогресують наука і техніка. Це потребує від мови надання мовцям достатньої кількості нової лексики. Щорічно англійська мова поповнюється безліччю нової лексики, що спонукає спеціалістів до більш активної діяльності, ніж просто фіксація та інтеграція їх у повсякденне мовлення. Питання, що стосуються виникнення нових слів, принципів їх формування, класифікації та функціонування, турбують мовознавців і перекладачів протягом десятиліть.

На жаль, у лексикології англійської мови неологічна теорія все ще не стала самостійною галуззю. Відповідно перед мовознавцями стоять завдання стосовно виявлення нових слів та дослідження їхніх характеристик, особливостей утворення та функціонування [1].

Поняття «неологізм» у сфері лінгвістики є досить відомим, проте його аналіз разом із точним визначенням залишаються доволі суперечливими. Цей термін уперше в англійській мові було офіційно зафіксовано в 1772 році, хоча слово «неологізм» зустрічається у французькій мові ще в 1735 році. Ймовірно, саме звідти воно було запозичене для опису значення «використання нових слів й інновацій у мові» або «нове слово чи вираз». Відтоді в літературі лінгвістики термін

«неологізм» використовується в різних мовах для позначення нових слів [8].

Зазвичай нове слово проходить кілька етапів, перш ніж стати частиною активного словникового запасу: це процеси соціалізації та лексикалізації (тобто прийняття та закріплення). Спершу неологізм поширюється серед людей, які мають стосунок до мовознавства або медіа. Далі настає етап соціалізації, коли нове слово починає прийматися та використовуватися широкими масами мовців. Потім відбувається лексикалізація: неологізм активно вживається, а також оцінюються обмеження щодо його використання в певних контекстах. Неологізм починають активно використовувати, виявляють протипоказання його поширення в тому чи іншому контексті. Як результат, слово стає повноправною лексичною одиницею окремого структурного типу і входить до різних словників неологізмів [17].

Термін «неологізм» означає нове слово або стале словосполучення. Воно може бути новим за змістом чи формою [20]. Зважаючи на вищезазначені фактори, можна назвати декілька проблем дослідження неологізмів. Найбільш актуальні питання: збільшення словникового запасу в сучасній англійській мові, лексикографічне опрацювання неологізмів і відповідних словників, переклад новоствореної лексики і визначення її лексико-граматичних, семантичних і стилістичних характеристик.

Межа між літературним і розмовним стилями в англійській мові не є чіткою і постійно порушується. Останнім часом можна спостерігати тенденцію до демократизації, що виражається у зближенні писемної літературної мови з усною розмовною. Нові лексичні одиниці в сучасній англійській мові активно запозичуються зі сленгу й соціальних діалектів [19].

Неологізми зазвичай формуються за продуктивними моделями словотворення відповідної мови. Однак у літературі або серед авторських неологізмів інколи використовуються й непродуктивні способи їх утворення.

Дослідження у сфері неології охоплюють численні аспекти, включаючи визначення поняття «неологізм», процес появи нових слів і вплив нової лексики на розвиток мови. Більша частина наукових праць українських і зарубіжних дослідників базуються на класичному структурно-семантичному підході. Завдяки цьому підходу можна описувати нові мовні явища, досліджувати способи творення й особливості використання неологізмів, аналізувати їхню структуру та семантику, здійснювати класифікацію нових слів й оцінювати їхній вплив на мовну систему і ті зміни, які вони спричиняють [30].

Цей підхід дозволив лінгвістиці поповнитися великою кількістю робіт, які орієнтуються на вивчення неологізмів [5]. Останнім часом у лінгвістиці набув поширення когнітивний підхід до дослідження неологізмів. Він пояснює утворення нових слів як результат активної пізнавальної діяльності людини, переосмислення знайомих явищ і створення нових об'єктів та ідей, що потребують назви.

До когнітивного підходу входять комунікативно-когнітивна й культурно-країнознавча концепції щодо викладання різних іноземних мов. Відповідно, це надає можливість використання комунікативного підходу при вивченні іноземної лексики на сучасному етапі [26].

Ще одним ключовим підходом до дослідження неологізмів є функціональний. У сучасному світі кожен день утворюється велика кількість нових слів. Тому дослідження їхньої функціональності й доцільності у використанні при мовленні – одна серед основних цілей для лінгвістів. Аналіз нової лексики в межах цього підходу визначає вивчення способів створення неологізмів, а також виявлення

закономірностей, що характеризують вибір і правильне вживання лексичних одиниць у певних комунікативних ситуаціях [2].

Функціональний підхід також аналізує використання лексичних одиниць і їхнє функціонування в різних сферах діяльності, що сприяють комунікативним процесам, враховуючи функції, які вони виконують.

Серед функцій неологізмів у мові можна виокремити такі:

- номінативна, яка полягає в тому, що слово використовується для позначення предметів та явищ;

- словотворча, яка передбачає утворення нових слів шляхом словоскладання, афіксації та ін.;

- дериваційна (або функція словотворення), яка формує нову лексичну одиницю з унікальною структурою і значенням (новий номінант на позначення нового поняття);

- емотивна, яка надає стилістичний відтінок через використання афіксальних елементів;

- інформативна, яка визначає інформацію, що передає кожне слово;

- впливова, яка реалізується через волюнтативну функцію, що відображає намір мовця [27].

Поняття “неологізм” (походить від грецьких слів “*neos*” (тобто “новий”) та “*logos*” (“слово”)) – це введення нових слів у мову, які іноді закріплюються і входять у загальне вживання. Неологізм є словом, яке виникло в мові для позначення нового поняття, явища чи предмета.

Формування, розвиток і функціонування нових засобів мови обумовлюються, перш за все, необхідністю в найменуванні нових понять, що з’явилися внаслідок прогресу в науці, техніці, культурі та суспільно-політичних реаліях. Виникнення нових слів, виразів і

фразеологічних одиниць, а також інших мовних трансформацій, пов'язане з взаємодією двох основних тенденцій, а саме тенденцією до збереження та розвитку мови [22].

З однієї сторони, кожна мова характеризується прагненням зберегти класичну комунікативну стабільність, але з іншої – швидкий розвиток сучасного високотехнологічного світу супроводжується генерацією нових явищ.

1.2. Структурно-семантична характеристика поняття «неологізм»

Інтерес до неологічної науки обумовлюється важливістю неологізмів як відображення розвитку мови. Вони демонструють її адаптацію до умов, які безперервно змінюються, функціонування в контексті зовнішнього впливу. Дослідження нових лексичних одиниць дало змогу виокремити певні тенденції з визначення специфіки розвитку лінгвокультурологічної сфери.

Культурно значущою можна вважати інформацію, яка відображає як зовнішні, так і внутрішні параметри мовного простору, в рамках якого функціонує слово.

Національно-культурна маркованість мовних інновацій виявляється у процесі дослідження значень нової лексики та їх комбінацій у лексико-семантичних парадигмах.

Унаслідок того, що мова перебуває в постійному розвитку, лексика є найрухливішим пластом мови, який формується в першу чергу під впливом екстралінгвістичних чинників. Кожне покоління дає життя новим словам, похідним від сучасної дійсності. Після «електронної революції», що відбулась у західній Європі (друга половина XX ст.),

прискорився процес науково-технічного прогресу, що не могло не відбитися в мові. Щороку лексикографи реєструють сотні нових слів. За підрахунками онлайн-служби Global Language Monitor в англійській мові кожні 98 хвилин виникає нове слово [3].

Крім звичайної функції номінації, лексичний пласт мови, включаючи неологізми, виявляє неповторні асоціації мислення носіїв певної мови. Подібні асоціації є результатом особливої семантичної наповненості кожного слова – культурних смислів. У. Крофт порівнює лексику з «барометром» змін, що відбуваються в суспільстві, і змін модних соціальних тенденцій. На думку лінгвіста, з одного боку, лексика відображає суспільну свідомість, а з іншого – впливає на його формування [23].

У сфері англійського бізнесу та фінансів існує безліч неологізмів. Як приклад можна навести такі слова:

- *“market-maker” (refers to an individual whose role involves purchasing shares, securities, bonds, etc.);*
- *“competitor-analysis” (pertains to gathering information about competing companies' financial activities and other aspects).*

Лексичні одиниці *“market” (ринок), “analysis” (аналіз), “agreement” (угода), “deal” (справа)*, об'єднуючись у складні сполучення слів, створюють характерний шар лексики цієї галузі.

Словник фінансової сфери містить такі терміни

- *“silly money” (money available in amounts that exceed the typical experience of most people, enabling the careless purchase of costly items; also referred to as funny money);*
- *“balloon financing” («a financing method where the seller lends the buyer a portion of the price, with some being repaid through*

monthly payments, but with a substantial final payment to clear the debt») [4].

У сфері медичної лексики відбулося збагачення, з'явилися нові терміни, такі як *“skin tag” (a small, benign growth on the skin)*, *“SIDS” («sudden infant death syndrome»)*, *“suicide gene” («present in specific bacteria that causes them to die»)*. У цій групі термінів можна виділити принцип аналогії: *“SIDS”* утворено за зразком *“AIDS” (acquired immunodeficiency syndrome)*. Ця модель є досить поширеною та показує тенденцію в створенні нової лексики в англійській мові

Галузь культури у вузькому значенні (література, музика чи театр) представлена, зокрема, термінами *“sampling” («the practice of taking portions from different songs and combining them into a new piece of music»)*, *“sit-tragedy” («drama series of television or radio that revolves around a consistent set of characters experiencing stories filled with adversity or conflict»)* [24].

Театральна сфера характеризується новими типами театрів, що призвело до виникнення нових назв, таких як:

- *“theater of absurd” (театр абсурду);*
- *“theater of cruelty” (театр жорстокості);*
- *“theater of fact” (театр факту) та ін. [28].*

У сфері телебачення, кіно й відеотехніки з'явилося безліч нових технологічних засобів, унаслідок чого утворилася значна частина неологізмів, таких як:

- *“inflight movies” («фільми, які демонструють у салоні літака»);*
- *“inflight videosystem” (відеосистема, яку використовують на борту літака);*

- *“featurette”* (документальний короткометражний фільм) тощо.

Відповідно, з однієї сторони, зараз у мові виявляється активне використання різноманітних способів створення нових слів, а саме афіксація, змішання, словоскладання, конверсія та аббревіація. Вони відображають процеси словотворення та семантики, які відбуваються в цей період. Тоді як з іншої сторони, формування значення неологізмів є результатом лінгвокреативної діяльності їх авторів, що поєднує екстралінгвістичні знання та дискурс, а також супроводжується переходом нових одиниць з індивідуального використання до загального вжитку в мовному середовищі [21].

У будь-якій мові евфемістичні неологізми виступають як невід'ємна частина її лексичного складу. Цей пласт лексики розглядається як форма інакомовлення, що характеризується заміною табуйованих слів, а також як інструмент політичної коректності. Це вказує на тенденцію до використання завуальованих виразів у складних тематичних сферах (расизм, релігія, сексизм, економічна й політична стабільність) [14].

Упродовж останніх десятиліть більшість нових евфемізмів з'являється не в межах традиційних табу, а в сфері ділових відносин. Це явище можна пов'язати з комерціалізацією цінностей життя та принципів як у глобальному суспільстві, так і в англomовному світі зокрема.

Аналіз неологізмів показав, що більшість нових лексичних одиниць складають іменники, адже поповнення словникового складу відбувається здебільшого завдяки назвам реалій, які заповнюють культурне середовище. Дослідження цих слів дало змогу виявлення певних тенденцій, які відображають особливості розвитку лінгвокультурологічної сфери.

1.3. Класифікації та засоби утворення неологізмів

Як правило, можна виділити 4 основні типи у класифікації неологізмів [12, с. 109]:

Залежно від типу лексичних одиниць:

- неолексеми (одиниці, що виникають в результаті запозичення з інших мов);
- неофраземи (сталі словосполучення з ідіоматичним значенням);
- неосемеми (нові значення слів, які вже існують).

За рівнем новизни:

- абсолютні (сильні) неологізми (слова, які повністю нові й раніше не були присутні в мові);
- відносні (слабкі) неологізми (слова, що існували раніше, проте зараз використовуються в новому значенні. До цієї категорії належать також «внутрішні запозичення», які виникають в результаті перерозподілу в мовленнєвих жанрах і видах. Як приклад, термін “*WI-FI*” (*Wireless Fidelity*) спочатку використовувався в середовищі фахівців ІТ-сфери, але з часом став широко вживаним у повсякденній мові.

За типом позначуваної реалії:

- ті, що позначають нову реалію;
- ті, що позначають стару реалію;
- ті, що позначають актуалізовану реалію;

- ті, що позначають відмираючу реалію;
- ті, що позначають неіснуючу (гіпотетичну) реалію.

За способом утворення:

- запозичені неологізми, які можуть бути зовнішніми або внутрішніми;
- словотвірні неологізми, що утворені за допомогою словотвірних моделей;
- семантичні неологізми, які є новими значеннями вже існуючих лексичних одиниць.

Лінгвісти виділяють різні джерела появи неологізмів: запозичення, словоскладання, скорочення, деривація, конверсія та семантичне словотворення.

Існує також група неологізмів, джерело появи яких невідоме. Проте вчені намагаються максимально скоротити кількість таких слів і визначити спосіб їх утворення. Деякі лінгвісти стверджують, що слова завжди запозичені або утворені за допомогою існуючих у мові способів словотворення; слова не можуть виникнути з нічого.

На думку сучасних дослідників, запозичення складають незначний відсоток серед неологізмів, так як сучасна англійська мова збагачується за рахунок власних словотворчих засобів.

Більшість нових лексичних одиниць формується за допомогою словотворчих засобів. За твердженням Дж. Ейто, у сучасній англійській мові серед найефективніших способів формування слів є їх складання.

М. Райдер на основі досліджень Уоррен і Даунінг виділяє три типи складних слів:

- 1). дейктичні композити – deictic compounds;

2). нові композити – novel compounds;

3). усталені композити – established compounds [25].

1). *Дейктичні композити*: безпосередньо пов'язані з контекстом, для якого були сформовані, конкретними учасниками в конкретний момент часу, та отримали номінацію для певних цілей. Коректне розуміння цих одиниць можливе лише за умови точного знання їхнього значення в конкретному контексті.

2). *Нові композити*: виникають у певних умовах і для конкретних цілей, однак їх можна інтерпретувати без необхідності звертання до конкретного контексту.

3). *Усталені композити*: складні слова, що набули усталеного значення в мові. Серед них є як композити з прозорим значенням, так і фразеологізми, значення яких можуть бути неправильно зрозумілі, оскільки вони сформувалися історично.

Більшість вивчених нами теоретичних робіт доводять, що найпродуктивнішими способами словотворення в сучасній англійській мові можна вважати:

- афіксацію,
- складання слів (словоскладання),
- реверсію,
- конверсію
- і скорочення [15].

Так само існують і другорядні моделі, наприклад, звуконаслідування, але вони вважаються непродуктивними.

Традиційно лінгвісти виокремлюють 3 групи способів словотворення залежно від їхніх результатів.

- словотвір (результат: похідне слово),
- словоскладання (результат: складне слово),
- скорочення (результат: скорочення) [12].

У 2002 році була розроблена класифікація Плага, яка вважається однією з найпридатніших і найбільш повних для дослідження неологізмів в англomовній лінгвістиці. Вона охоплює всі ключові аспекти словотворення.

Плаг виділяє такі основні способи утворення слів:

1). *Складні слова*. За його визначенням, складне слово — це поєднання двох слів. Відповідно до типу головного елемента, він поділяє їх на такі категорії:

- номінативні композити (складові),
 - прикметникові композити,
 - дієслівні композити,
 - неокласичні композити [36].
- Номінативні слова мають в основі іменник (“*beer drinker*”, “*toothbrush*”).
 - Прикметникові використовують прикметник як основний елемент (“*high-speed*”, “*cold-blooded*”).
 - Дієслівні мають дієслово в якості головного елемента, тоді як друге слово може бути іменником, прикметником або ще одним дієсловом (“*check-in*”, “*take-off*”).
 - Неокласичні формуються шляхом поєднання лексем з латини та грецької, зазвичай у технічних або медичних термінах (“*Microbiology*”).

2). *Афіксація*. Афіксація – це приєднання морфем до основи. Існують три афікса, що приєднуються до морфем:

- префікси, що додаються до морфем з початку;
- суфікси, що додаються в кінці;
- інфікси, що з'являються всередині морфем.

У свою чергу Плаг [36, р. 101] зазначає, що лінгвісти зазвичай вважають, що в англійській мові не існує інфіксів. Проте інфіксація може мати важливе значення в утворенні нових слів. У приклад він наводить слово “*abso-blooming-lutely*”, де “*blooming*” вставлене в середину слова “*absolutely*”. Ми можемо побачити процес інфіксації в англійській мові, проте тільки в певних ситуаціях.

3. *Конверсія*. Конверсія є процесом зміни частиномовної приналежності слова без зміни його форми. У даному випадку морфем не додаються. Слід розділяти два типи конверсії:

- 1) іменник, утворений від дієслова;
- 2) дієслово, утворене від іменника (“*to call-a call*”, “*poor-the poor*”).

4. *Скорочення*. Це процес урізання складних слів до коротших форм. Наприклад, “*advertisement*” скорочується до “*ad*”, “*influenza*” до “*flu*”, а “*telephone*” до “*phone*”.

Контекст можна поділити на вузький (мікро) та широкий (макро). Лексичний контекст охоплює конкретні лексичні одиниці, слова та стійкі словосполучення, в яких вживається певна одиниця мови. Аналіз синтаксичного контексту допомагає перекладачу визначити, до якої частини мови належить неологізм. Однак для з'ясування його значення ключову роль відіграє саме лексичний контекст. Нові лексичні одиниці, як правило, формуються на основі вже наявних слів та морфем, і їх

дослідження має цінність для перекладача в розумінні значення неологізмів. З цією метою важливо добре розуміти способи словотворення англійської мови.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕКЛАД АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

2.1. Відтворення неологізмів у газетному та Інтернет-дискурсах

Газетний дискурс використовує медіатексти для масової комунікації, які мають специфічні функції, що потребують особливого дослідження. Медіатексти – це вербальні мовні твори, створені для передачі інформації у масмедіа, їх характеризує виражена прагматична спрямованість і головна мета – соціальне регулювання. Ці тексти представляють схему умови чи явища, яка розглядається через особисте сприйняття автора, що створює медіареальність. Медіатексти відображають фактичні події, включають їх до соціокультурного оточення та наділяють додатковим інформаційно-культурним значенням, яке вимагає від споживача інформації спеціальної підготовки для осмислення текстів медіа.

У галузі текстологічної лінгвістики залишаються відкритими питання щодо класифікації типів текстів та визначення основних категорій, що можуть бути використані для розподілу текстового простору. Недолік узагальненої системи класифікації пояснюється «ознакою тексту в цілому та складністю конкретного класифікування текстів» [25]. Варто пам'ятати, що типологія медіатекстів може базуватися на різних ознаках тексту, таких як інформаційні, функціонально-стилістичні, структурно-семіотичні чи комунікативні, і перетин цих ознак може призводити до віднесення одного тексту до багатоманітних категорій.

Науковці групують медіатексти за їхнім впливом на читача в такий спосіб:

- медіатексти, які впливають на усвідомлення широкої аудиторії і спеціально написані з метою миттєвого ефекту на будь-яку особу або соціальний інститут;
- нейтральні тексти, які не передбачають миттєвої реакції [16].

Звичайно, неологізми використовуються переважно в текстах, що орієнтовані на виклик реакції від споживача, тому що дані елементи мають суттєву прагматичну спрямованість.

На основі сучасної англomовної преси ми виконали семантичний аналіз неологізмів, щоб виявити сучасні тенденції у формуванні та розвитку цих нових лексичних одиниць. Наша мета полягала у виділенні основних тематичних категорій неологізмів, які зустрічаються у цих газетах.

Одна з найпоширеніших категорій неологізмів у сучасній англomовній пресі є *«Люди та суспільство»*. У цій категорії виділяються такі тематичні підкатегорії:

Найменування індивіда в залежності від його характеристик, поведінки, звичок та інших факторів, що передбачають присутність поняття *«людина»* або *«представник конкретної соціальної спільноти»*.

Слова такого типу часто несуть негативну конотацію через осуд певних уподобань або вчинків людини. Як приклад, термін *“guardianista”* застосовується правими коментаторами для характеристики ліберального класу та їхніх поглядів, асоційованих із позицією газети *“The Guardian”*. Термін також містить поняття *«читача газети The Guardian»*, *«представника середнього класу»* з надто ліберальними поглядами. Можна навести такий приклад:

- «*Farewell, “Guardianista”! Renegade Inc.: What are the true values of The Guardian*» [37].

Не підлягає сумніву, що для осіб правого політичного спектра (консерваторів) терміни “ліві” та “ліберальні”, які позначають альтернативні погляди на управління державою, сприймаються як неналежні та небажані, і містять у собі елемент несхвалення. Одночасно є неологізми, які належать до зазначеної підкатегорії, проте не несуть негативного забарвлення. Вони лише характеризують особу як члена окремого соціального класу. Наприклад, “*couponer*” або “*foodie*” описують людину, яка часто використовує купони для знижок при покупках різних товарів або показує пристрасний і витончений інтерес до кулінарії.

- «*Extreme couponers do not buy an item when they need it—they buy it, when they can get it at the lowest price*» [37].
- «*The Foodie camera app is the essential companion for the modern sociable foodie*» [37].

Проте неологізми цього типу становлять меншість. Термін “*drink-drive*” описує водіння автомобіля в стані сп’яніння, коли рівень алкоголю в крові перевищує допустимі норми.

- «*BAFTA-winning director Jonathan Gales, 36, died in a suspected “drink-drive” accident*» [38].

Проте набагато частіше неологізми використовуються для опису дій у відношенні до інших людей. Наприклад, вираз “*to greenwash (smb)*” означає змушувати інших вважати, насправді, ви робите менше стосовно збереження оточуючого середовища, ніж вам здається:

- «*How “Greenwashing” Impacts Profitability*» [37].

Іншу галузь суспільного життя відображає тематична категорія «Телебачення, музика і преса». Поміж найпомітніших тематичних підкатегорій можна виділити:

Назви представників медіасфери (включаючи «друковане слово», радіо чи телебачення). У таких ситуаціях архісеомою виступають терміни «журналіст» або «працівник радіо чи телебачення», відповідно до сфери професійної діяльності. Яскравою ілюстрацією виступає неологізм “rumourazzi”, сформований на основах слів “rumour” та “paparazzi”. До буквального значення він має значення «автори колонок, чії статті переважно ґрунтуються на чутках про відомих людей», тобто журналісти, які часто пишуть про чутки щодо знаменитостей. Таким чином, негативна конотація слова “paparazzi” поєднується з уже існуючою негативною емоційною вагою слова “rumour”, пов’язаною з порушенням особистої недоторканності, що призводить до вкрай негативного усвідомлення даного неологізму “rumourazzi”:

- «Teenage Engineering OB-4 – #178, featured by “rumourazzi”» [38].

Порівнюючи з “rumourazzi”, неологізм “paperazzi”, який виник через параморфозу від терміна “paparazzi”, має менш негативне забарвлення, хоча позначає тих журналістів, що пишуть про особисте життя відомих людей. Це пояснюється тим, що сама структура слова (з використанням нейтральної частини “paper” замість негативною “rumour”) зменшує рівень його негативного відтінку.

- «Founded in 2010, “Paperazzi” Magazine entered the lifestyle magazine sector, introducing a much-needed fresh perspective» [31].

Найменування процесів, що виникають або використовуються у медійній сфері, а також їхні результати, у цій тематиці представлені значно меншим обсягом. Тим не менш, ми розглянули кілька конкретних прикладів цієї підкатегорії. Один із таких прикладів – неологізм “*infoganda*”, що означає процес створення фейкової або оманливої новини з метою просування прихованої агенди. Слова “*fake*”, “*misleading*”, “*hidden*”, що використовуються у цьому визначенні, мають негативне лексичне значення, що надає цьому терміну відповідно негативну оцінку й емоційний компонент. Можна навести такий приклад:

- «*«They established an entirely new type of fake news known as 'infoganda'», Rob Corddry stated» [38].*

У будові слова (створеного через контамінацію “*information*” + “*propaganda*”) елемент “*propaganda*” містить виразне негативне забарвлення, адже відображає ідеї чи стани, що є хибними або поширюються з метою підтримки політичного керівництва чи влади. Таким чином, слово “*infoganda*” можна розглядати як специфічний вид пропаганди, який сприймається як явище негативне, оскільки це процес надання інформації за допомогою хибних чи перебільшених ідей і новин на користь країни, посадових осіб, політичних партій тощо.

Гарним прикладом «наслідку процесу, який породжений медіасферою» слугує неологізм “*infobesity*”. Він утворений за допомогою контамінації “*information*” та “*obesity*” і визначається як «надмірна кількість інформації, що надходить від ЗМІ», що призводить до значного перевантаження інформацією. У цьому випадку префікс “*over*” передає сенс «надмірності», що відповідає українському терміну «занадто багато», і незаперечно супроводжується негативним сприйняттям серед мовців:

- «*Infobesity*»: *How excessive royal coverage might contribute to “news fatigue”*» [37].

Загалом, випадків використання неологізмів у цій категорії не так багато, проте вони характеризуються чітко вираженою конотацією і насиченою образністю. Це дозволяє їм простіше сприйматися і запам'ятовуватися, що створює умови для їхньої лексикалізації та інституалізації в мові.

У категорії «*Економіка*», яка активно представлена в англomовних газетах, використано різноманітні семантичні неологічні групи, наприклад:

- “*QE*” (*Quantitative Easing*) – це процес, коли Центральний банк вводить нові гроші в обіг, збільшуючи загальну кількість грошової маси.
- (Приклад) «*Policymakers are lagging as there are increasing demands for gradual increases in interest rates and a cessation of quantitative easing*» [38].
- “*Credit crunch*” – це етап, коли економічна ситуація в країні є складною, а банки не готові надавати значні кредити:
- «*A decade after the onset of the “credit crunch”: “the world transformed”*» [31].
- “*Stagflation*” – це ситуація в економіці, коли спостерігається поєднання стагнації (застійного економічного зростання) і інфляції, коли рівень цін не припиняє зростати:
- «*The present landscape of skyrocketing goods prices, high inflation, and significant geopolitical uncertainties has*

understandably prompted analysts to draw parallels with the 1970s and the looming threat of “stagflation”» [38].

В останній тематичній категорії, яка стосується «Політики» і є важливою у формуванні неологізмів у сучасних газетах, ми відзначаємо деякі широко представлені підкатегорії. Найпомітнішими, за нашими спостереженнями, є терміни, що відображають:

- Відданість певним політичним поглядам, які пропагуються політичними лідерами або групами (партіями).

Спостерігається тенденція називати ідеології на честь політичних лідерів, які їх втілюють, зазвичай із застосуванням суфікса “-ism”. Яскравим прикладом є термін “*blairism*”, який позначає політичну ідеологію экс-прем'єр-міністра Великої Британії Т. Блера та його прихильність до центристських підходів, згідно з оцінками експертів:

- *«The Labour Party ought to move past “Blairism” and reclaim Blair’s early radicalism» [37].*

Неологізм “*bushism*”, сформований на аналогічному принципі, має відмінне значення. Його денотативним визначенням є «*смішні або абсурдні слова, фрази, вимова та семантичні або мовні помилки, які виникають у публічних виступах колишнього президента Сполучених Штатів*». За частими необдуманими висловлюваннями президента цей термін набув жартівливого сенсу в самій країні та за її межами. Однак, він має значну комічну, часто іронічну або саркастичну спрямованість порівняно з іншими неологізмами, такими як “*blairism*” і “*putinism*”.

- *«The former president jokingly attributed the slip to his 75 years, but there has always been a faulty connection between his brain and his tongue. There are whole books full of “Bushisms”, like his boast that people “misunderestimated” him, and how much*

he felt for single mothers “working hard to put food on your family”» [31].

Отже, під час аналізу неологізмів цієї категорії важливу роль відіграє політична особистість і сприйняття суспільства щодо неї, оскільки ця конотація передається через нове утворене слово.

- Найменування людей з певними політичними поглядами або політичним статусом.

Підтвердженням цього є неологізм *“Eurocrat”* (європейський бюрократ), який позначає лідера Європейського Союзу, що приймає бюрократичні закони, зазвичай не схвалені громадянами. Це значення демонструє використання архісеми *«представник певної політичної групи»* та відображає конотацію критики, що спрямована на таких лідерів, їхні методи та результати діяльності, наприклад:

- *«The hidden existence of a “Eurocrat”: ‘I sense confinement within a luxurious prison’» [38].*

Отже, у сучасних англійських ЗМІ виділяються певні групи новоутворених слів. Найбільш поширеними серед них виокремлюються такі категорії:

- «Люди та суспільство»;
- «Телебачення, музика і преса»;
- «Економіка»
- і «Політика».

Швидкий прогрес і розповсюдження цифрових технологій відбилися на всіх сферах сучасного суспільства, що призвело до переходу спілкування в Інтернеті. Цей вид комунікації отримав назву «віртуального дискурсу».

Віртуальний дискурс – це форма спілкування, що обмежена рамками віртуального простору, де виникають специфічні жанри, використовуються унікальні концепції та формуються конкретні типи особистостей. Комунікація через сучасні технології Інтернету отримала назву «*Інтернет-спілкування*». Це метод обміну інформацією, під час якого дані передаються за допомогою Інтернету з використанням стандартних протоколів передачі та форматування. Завдяки Інтернету можна обмінюватися інформацією різними шляхами, такими як голосові та відеозв'язки, обмін документами, швидкі повідомлення, а також передача файлів, фото та інших даних.

Під час спілкування в мережі виділяються 2 основні типи комунікації:

- комунікація в режимі реального часу:
 - із одним співрозмовником;
 - з багатьма користувачами одночасно.
- комунікація із затримкою у надходженні повідомлень:
 - із одним співрозмовником;
 - з багатьма користувачами одночасно.

Сьогодні Інтернет вважається найбільш поширеним джерелом для інформації. Завдяки оперативності, швидкості та доступності зв'язку між користувачами, незалежно від відстані, Інтернет служить не лише інструментом для отримання знань, але також засобом для комунікації.

Водночас Інтернет-дискурс характеризується своїми унікальними лінгвістичними особливостями, серед яких важливу роль відіграє вживання неологізмів. У цьому середовищі можна виокремити найбільш розповсюджені семантичні групи таких новоутворень:

- назви різноманітних інформаційних інструментів:

- “cell” (*cell phone*),
 - “e-reader”,
 - “AirPods”,
 - “iPhone”,
 - “MP4”;
- технічних засобів:
- “Bluetooth”,
 - “4G”,
 - “VPN (*Virtual Private Network*)”,
 - “VoIP (*Voice over Internet Protocol*)”,
 - “walkie-talkie”;
- сайтів:
- “YouTube”,
 - “Facebook”,
 - “Instagram” etc.

Наведемо приклад:

- «*Uncovered: The “walkie-talkie” app Zello provided a platform for far-right groups that invaded the Capitol*» [38].

Зазвичай новоутворення даної підкатегорії, які стосуються науки, мають лише основне, денотативне значення, із нейтральною конотацією. Різницею семи цих термінів будуть індивідуальними, залежно від технічних характеристик предмета.

Також слід підкреслити наявність назв для осіб або груп, які використовують нові технології, зокрема існує архісема «користувач,

що застосовує конкретну сучасну технологію». Наприклад, слово “*Facebooker*” позначає людину, яка активно користується платформою соцмережі Facebook.

- «*If you’re a “Facebooker” who’s lusting after the Apple iPad ... then chances are you’re aged between 18 and 25 and have an interest in popular culture ...*» [37].

Значна кількість нових слів створюється для опису певних особистісних рис або роду занять людини. Наприклад, слово “*BANANA*” є акронімом для фрази “*build absolutely nothing anywhere near anyone*” (будуй абсолютно нічого ніде біля нікого), що означає особу, що протривить будівництву, особливо тих проєктів, які реалізуються поблизу її місця проживання. Цей новостворений термін, ймовірно, виник як розширення слова “*NIMBY*” (“*not in my back yard*” – не на моїй території), надавши цій ідеї ще більш критичне забарвлення. Такі люди, яких називають “*BANANAs*”, мають тонкий і егоїстичний погляд на ситуацію та ставляться проти будь-якого нового будівництва навколо себе.

- «*This is a great example of “BANANA” politics which I wrote about in #RenaissanceNation*» [31].

Зазначення назви відео, фото, фільму або іншого продукту в Інтернеті є важливим аспектом. Варто відзначити широку популярність таких назв, які відображають жанр контенту або, як практика показує, поєднують різні жанри. Прикладами є новостворені терміни, такі як “*dramedy*” (драматична комедія) або “*romcom*” (романтична комедія), які демонструють змішання жанрів у назві:

- «*Rethinking the “Dramedy”: What Is It, Anyway?*» [38].
- «*Adorable, amusing, or slightly cheesy, these “rom-coms” evoke emotions in the most delightful ways*» [37].

Вчинення дій за допомогою новітніх технологій є поширеним явищем. Наприклад, термін “*to applepick*” (*вкрасти телефон фірми Apple у когось*) використовується на основі семантичних компонентів, таких як «*красти*», «*вчиняти злочин*», «*протизаконна дія*» і ін.

- *«Real meaning of “Apple picking”: A thief or robber who is mentally ill or has dementia so they steal Apple products thinking they are worth owning» [31].*

Таким чином, сучасний англомовний Інтернет-дискурс охоплює різні категорії неологізмів, які включають:

- назви інформаційних пристроїв;
- терміни для характеристики особи або групи осіб на основі певних ознак;
- назви, що описують людей відповідно до їх вподобань в Інтернет-дискурсі;
- назви для позначення різних Інтернет-продуктів;
- діяльність в Інтернеті та за його межами, з використанням новітніх технологій;
- терміни, що відображають взаємини між людьми;
- слова, які описують характеристики предметів і явищ.

Ці неологізми допомагають учасникам Інтернет-спілкування точно й ефективно виражати свої думки та ідеї в цифровому середовищі.

2.2. Способи перекладу неологізмів у ЗМІ

Під час письмового перекладу контекст відіграє важливу роль. Т. Данкевич вирізняє такі етапи процесу перекладання англійських неологізмів українською мовою:

- *з'ясування значення нового слова*: перекладач користується сучасними виданнями англійських енциклопедичних/тлумачних словників, довідників, або він уточнює значення нової лексичної одиниці, звертаючи увагу на структуру неологізму та контекст) –
- *власне перекладання (відтворення) засобами мови перекладу*: транскрипція і транслітерація, пряме включення, калькування та описове включення [6, с. 342].

Під час відтворення неологізмів, що зустрічаються у газетах, журналах і Інтернет-ресурсах, використовуються різні лексичні трансформації: транскрибування, пошук еквіваленту, запозичення, опущення, експлікація, калькування та конкретизація. Проаналізуємо їх детальніше.

1). *Транскрипція*: цей метод полягає у відтворенні звукової форми іншомовного слова. Часто перекладачі використовують транскрипцію для перекладу іменникових неологічних одиниць, через те, що вони є номінативними. Ця трансформація дозволяє ефективно перекладати такі одиниці.

Іншими словами, при перекладі неологізмів, які використовуються у газетному або Інтернет-дискурсі, перекладачі можуть використовувати транскрипцію для точного відтворення звукових форм іншомовних слів, особливо іменників: «*The Foodie camera app is the essential companion for the modern sociable foodie*». – «Додаток «Фуді камера» є незамінним супутником сучасного товариського гурмана» [38].

Почасти транскрипцію застосовують для відтворення новоутворених слів на основі міжнародних або загальновідомих одиниць: «*«They created a whole new category of fake news–infoganda», – Rob Corddry said.* – «Вони створили абсолютно нову категорію фейкових новин–інфоганду», – сказав Роб Корддрі [31]; «*Award-winning «Actorvist» Michael K. Williams becomes an innocence ambassador.* – «Лауреат премії «Акторвіст» Майкл К. Вільямс стає послом невинності» [38].

2). Транслітерація – це процес передачі складу літер іншомовної лексичної одиниці у графічній формі: «*If you are a Facebooker who is lusting after the Apple iPad <...> then chances are you are aged between 18 and 25 and have an interest in popular culture*» <...> – «Якщо ви Фейсбукер і жадаєте Apple iPad <...>, то, швидше за все, вам від 18 до 25 років, і ви цікавитесь популярною культурою» <...> [38]; «*French presidential election a victory for hope, defeat for Trumpism and Putinism.* – «Президентські вибори у Франції – це перемога надії, поразка трампізму та путінізму» [38]; «*Extreme couponers do not buy an item when they need it–they buy it, when they can get it at the lowest price.* – «Екстремальні купонери не купують товар, коли він їм потрібен–вони купують його, коли можуть отримати за найнижчою ціною» [37]; «*What the «Obamagon» lacks in ability, they make up for with optimism.* – «Те, чого «Обамагону» не вистачає в здібностях, вони компенсують оптимізмом» [37].

3. Калькування в перекладі означає заміну структурних частин (це можуть бути морфеми, слова) відповідними лексичними елементами іншою мовою. Подекуди цей процес супроводжується переміною порядку частин: «*Canada’s politics often seem to trail those of the United States by an election cycle or two. <...> while Trudeau fills is very much, in his constant incantation of positive politics and the not very well-defined*

mantra of «change», a bit Obamaish». – «Здається, що політика Канади часто відстає від політики Сполучених Штатів на один-два цикли виборів. <...> у той час як Трюдо заповнює дуже багато, у своєму постійному заклинанні позитивної політики та не дуже чітко визначеної мантри «змін», трохи пообамівськи» [38]; «Teenage Engineering OB-4 – #178 by rumorazzi». – «Підліткова інженерія OB-4 – #178 від чуткорації» [37]; «This page is for the true Sneaker heads who wish to stay updated on the latest Sneaker releases and restocks from Nike». – «Ця сторінка призначена для справжніх кросівкоголових, які хочуть бути в курсі останніх випусків та поповнення запасів кросівок від Nike» [31].

4). *Лексико-семантичні заміни* в перекладі полягають у заміні лексики оригіналу на аналогічні у тексті перекладу, значення котрих співпадає із значеннями оригінальної лексики, проте, можливо, це вимагатиме певних логічних перетворень. Цей підхід може включати декілька видів замін:

- *Експлікація або описовий переклад*: у цьому випадку лексична одиниця в мові оригіналу замінюється словосполученням або описом в мові перекладу, яке роз'яснює або визначає це значення. Цей метод дозволяє відбити значення абиякого нееквівалентного іншомовного слова. Однак його недоліком є багатослівність та громіздкість.

У процесі перекладу тексту, коли відсутнє слово або вираз, що повністю відповідає оригіналу, перекладач може вибрати між описовим перекладом, який може бути розгорнутим, або введенням нового слова чи виразу в рідній мові. Зараз спостерігаємо тенденцію до зростання кількості запозичених слів, найбільше американізмів, що подекуди може зробити текст менш зрозумілим для аудиторії. У таких випадках експлікація є прийнятнішим варіантом: «*Philip May: Tory activist, City insider <...> and Europhile? Theresa May's husband presented motion to*

party on 'building up' European Community». – «Філіп Мей: активіст Топі, міський інсайдер <...> і шанувальник Європи? Чоловік Терези Мей представив партії ініціативу щодо «розбудови» Європейського співтовариства» [38]; «*BAFTA-winning director Jonathan Gales killed in suspected drink-drive smash aged 36*» – «Режисер, лауреат премії BAFTA, Джонатан Гейлз загинув у ДТП, ймовірно, спричиненому п'яним водієм, у віці 36 років» [31].

- *Конкретизація* в перекладі означає заміну лексичної одиниці з оригінальної мови, чиє предметно-логічне значення є ширшим, на слово або вираз у мові перекладу з більш вузьким значенням. Наприклад, дане явище можна пояснити таким чином: «*Five academics and a drummer, dadbod has the moves, the moobs and the muffin tops to get the slippers*» – П'ятеро вчених і барабанщик, у "пивного животика" є рухи, груди і «м'які боки», щоб отримати капці [38].

В цьому прикладі “*dadbod*” означає будову тіла людини, а при відтворенні вбачаємо зосередження уваги на лише одній частині організму – животі.

- *Генералізація* в перекладі означає заміну одиниці з вузьким значенням у вихідній мові на одиницю, чиє значення є ширшим. Наприклад, цей процес можна пояснити таким прикладом: «*The Oprahisation of America: Sympathetic Crime Talk and Leniency*». – «Тенденція публічно ділитися своїми почуттями й каяттями в Америці: співчутливі розмови про злочини та поблажливість» [37].
- Явище *модуляції* в перекладі означає заміну слова або словосполучення з оригінальної мови на одиницю з цільової мови, чиє значення за сенсом впливає зі значення вихідного слова. Наприклад, цей процес можна пояснити таким прикладом: «*Just google it. Or get a mouse potato to do it for you*». – «Просто погугліть. Або попросіть диванного користувача, щоб зробив це за вас» [31].

5. *Запозичення* в перекладі відображає повне введення оригінального слова в мову перекладу. Часто це застосовується до абrevіатур, відтворення котрих описовим способом може призвести до втрати їхнього стилістичного забарвлення, а відтворення, використовуючи українські абrevіатури є неможливим. Тому наряду з запозиченням може бути введення тлумачення слова у дужках: «*Post-Brexit trade deals taking longer than promised. The UK government is on course to miss its target for signing deals, as exporter numbers fall*». – «*Торговельні угоди після Brexit тривають довше, ніж обіцяли. Уряд Сполученого Королівства має намір не досягти мети щодо підписання угод, оскільки кількість експортерів падає*» [37]; «*Thought you had FOMO but now just have FOGO (fear of going out)?! Our team are here to save you the stress by delivering*». – «*Думали, що у вас FOMO (страх пропустити важливу подію), а тепер у вас лише FOGO (страх вийти на вулицю)?! Наша команда тут, щоб позбавити вас від стресу завдяки доставці*» [38].

6. *Явище опущення* – це спосіб перекладу, що застосовується у випадках, коли неологізм не може бути адекватно перекладений і його можна виключити з тексту без втрачання змісту вислову: «*The latest vext “Text to Speech” feature allows all the creators to use an artificial voice to read the text that they type on a video*» – «*Остання функція «Перетворення тексту в мовлення» дозволяє всім творцям використовувати штучний голос для читання тексту, який вони вводять у відео*» [31].

Таким чином, ми виокремили наступні трансформації при перекладі неологізмів:

- Опущення (6%)
- Запозичення (13%)

- Модуляція (6%)
- Генералізація (6%)
- Конкретизація (6%)
- Описовий переклад (12,5%)
- Калькування (19%)
- Транскрипція (19%)
- Транслітерація (12,5%) (рис.2.1.)

Рис. 2.1. Результати дослідження

Застосування різних лексичних трансформацій, таких як транскрибування, транслітерація, пошук еквіваленту, калькування та інші, залежить від контексту та характеру кожного неологізму. Транскрипція використовується для передачі звукової форми іншомовного слова, що особливо ефективно для іменникових неологізмів. Транслітерація, з іншого боку, відтворює літерний склад слів у графічній формі. Калькування використовується для заміни складових частин іншомовного слова на лексичні елементи в мові перекладу. Експлікація використовується для заміни слова описом або словосполученням, що роз'яснює його значення. Конкретизація та генералізація використовуються для заміни слова або виразу на більш вузьке або ширше значення в мові перекладу. Модуляція означає заміну слова на інше, чиє значення впливає зі значення оригінального слова. Запозичення використовується для повного введення оригінального терміну або лексеми у мову перекладу.

Загалом, ці трансформації демонструють різноманітні підходи до перекладу неологізмів залежно від їхньої структури, значення та специфіки. Кожен метод має плюси і обмеження; їх вибір відбувається залежно від мети перекладу та його мовно-стилістичних особливостей.

Отже, у сучасних англомовних ЗМІ виділяються певні групи новоутворених слів. Найбільш поширеними серед них такі групи: «Музика, телебачення і газети», «Політика», «Економіка» та «Люди та суспільство». Швидке розвинення та широке розповсюдження новітніх технологій відбилися на всіх сферах сучасного суспільства, що призвело до переходу спілкування в Інтернеті. Цей вид комунікації отримав назву «віртуального дискурсу».

У нинішньому англійськомовному Інтернет-мовленні розрізняють різні групи новоутворень, які включають: назви приладів; терміни для позначення людей, спираючись на певні ознаки; назви, що описують людину за її вподобаннями; назви для позначення різних Інтернет-продуктів; дій у комп'ютерній сфері та інших, виконані з використанням новітніх технологій; терміни, що відображають взаємини між людьми; слова, які описують характеристики предметів і явищ. Ці неологізми допомагають учасникам Інтернет-спілкування точно й ефективно виражати свої думки й ідеї у цифровому середовищі.

Таким чином, ми виокремили наступні трансформації при перекладі неологізмів: опущення (6%), запозичення (13%), модуляція (6%), генералізація (6%), конкретизація (6%), описовий переклад (12,5%), калькування (19%), транскрипція (19%) і транслітерація (12,5%).

Застосування різних лексичних трансформацій, таких як транскрибування, транслітерація, пошук еквіваленту, калькування та інші, залежить від контексту та характеру кожного неологізму. Транскрипція використовується для передачі звукової форми

іншомовного слова, що особливо ефективно для іменникових неологізмів. Транслітерація, з іншого боку, відтворює літерний склад слів у графічній формі. Калькування використовується для заміни складових частин іншомовного слова на лексичні елементи в мові перекладу. Експлікація використовується для заміни слова описом або словосполученням, що роз'яснює його значення. Конкретизація та генералізація використовуються для заміни слова або виразу на більш вузьке або ширше значення в мові перекладу. Модуляція означає заміну слова на інше, чиє значення впливає зі значення оригінального слова. Запозичення використовується для повного введення оригінального терміну або лексеми у мову перекладу.

Ці трансформації демонструють різноманітні підходи до перекладу неологізмів залежно від їхньої структури, значення та специфіки. Кожен спосіб має плюси й обмеження, його вибір спирається на мету перекладу і його мовно-стилістичні особливості.

2.3. Труднощі перекладу неологізмів

Слова як лексичні одиниці української та англійської мов не завжди збігаються. Часто одній лексичній одиниці в українській мові може бути відповідною складна лексична одиниця чи навіть ціле фразеологічна одиниця в англійській. Цю особливість можна спостерігати у новоутвореннях, які виражають нові терміни, явища узагальненого значення. Під значенням розуміється речове, називне та емоційне значення слова. Предметному значенню одиниці може відповідати конкретне поняття, яке позначає річ чи явище в реальності. Для вибору правильного перекладу неологізму важливо аналізувати його лексичне значення, щоб знайти українське слово, що найбільш точно відповідає англійському значенню. Часом перекладачеві

доводиться вводити додаткові українські лексеми, щоб повністю передати сенс англійського слова.

Найбільше питань стосується статусу неологізму у сфері перекладу, особливо протягом роботи з лексикою, що є безеквівалентною. Зазначене пояснюється потребою в «дзеркалі» для фіксації унікальних елементів культури, в якому відображається їхня особливість та самобутність. Іншою культурою виступає це «дзеркало», яке дозволяє виявляти культурно значущі поняття, що формують специфіку кожної з порівнюваних культур [7].

Задля того, щоб розуміти безеквівалентну лексику необхідно по-перше дослідити термін «еквівалентності». Вчені підкреслюють – перекладання повинно зберігати стилістику, семантику вихідного тексту, стиль автору, передавати одне і те ж змістовне навантаження, однаково емотивно-експресивну дію на рецепторів, яку має вихідний текст. Еквівалентними вважаються слова, лексичні поняття яких співпадають між мовами і відтворюються завдяки еквівалентному перекладу.

Все це пояснюється через складність обрання одиниці перекладу (абиякого рівню мови: фонема чи навіть графема тексту). Можливе й те, що в межах певного тексту ця одиниця перекладу буде безперервно мінятися, що становить одну із основних складнощів відтворення – потрібно знайти відповідну одиницю перекладу у кожній певній ситуації.

Протиставити еквівалентним лексичним одиницям можна безеквівалентні одиниці, сенс яких не можна передати мовою перекладу у повній формі, що змушує перекладача почасти використовувати пояснення або описові вирази. Чим складніший текст за сенсовим складом, тим частіше в ньому можна побачити безеквівалентну лексику. Спроби обґрунтувати цей термін багатоманітні – одні вчені розглядають

безеквівалентну лексику як реалії, інші вважають це словами, що відсутні в інших культурах або мовах, а також фразеологічними та лексичними одиницями, у яких немає еквівалентів в цільовій мові. Інші думають про них, як про лексику, яка не піддається перекладу [10].

І. Козаченко гадає, що опис і описовий переклад є дуже поширенішим шляхом відтворення неологізмів цільовою мовою [11, с. 166], тому що під час перекладання у якихось ситуаціях варто застосовувати контекстуальні заміни чи застосовувати експлікацію. Певними складнощі під час перекладання можуть становити новоутворення, які відносять до безеквівалентних одиниць [11].

Бейкер М. відносить до безеквівалентної лексики: 1) географічні і власні назви і назви видань й інституцій; 2) новоутворення і реалії, лакуни (одиниці, що не мають відповідних слів в одній мові, для яких не існує лексичних еквівалентів в іншій).

Ю. Найда поділяє безеквівалентну лексику наступним чином: референційно-безеквівалентна лексика, що включає терміни, семантичні лакуни і авторські новоутворення, реалії, складні лексичні одиниці, лексичні одиниці широкої семантики, складні слова, реалії [35].

Дослідники трактують співвідношення між поняттями *безеквівалентні лексичні одиниці* і *новоутворення* по-різному. Одні вчені вважають безеквівалентні слова синонімами неологізмів, тоді як інші розуміють це поняття більш широко. Також є дослідники, що розвивають теорію повної неперекладності певної лексики. Так, Ю. Найда вважає безеквівалентними слова, які є відсутніми у іншомовній культурі і мовленні [35].

Орландо Л. запропонував таке пояснення: слова можуть бути неологізмами щодо усіх мов (чи багатьох), безеквівалентними є здебільшого у межах двох мов, це говорить про те, що перелік

новоутворень певної мови є відносно стійким, тоді як вокабуляр безеквівалентних одиниць може відрізнитися від мовних пар [30].

Баснет С. розглядає безеквівалентну лексику як лексичні і фразеологічні одиниці, у котрих немає повних або частинних еквівалентів у списку слів цільової мови [35].

Агар М. відносить нові слова однією до категорії безеквівалентних одиниць, зауважуючи: цей лексичний шар має слова, у яких немає постійних відповідників в іншомовному мовленні [16].

Таким чином, можна погодитися з тим, що неологізм, особливо, якщо йдеться про ненормовані і незафіксовані в словнику, можна вважати безеквівалентною лексикою. Задля його відтворення немає еквівалентів в іншомовному мовленні, через що багато вчених говорять, що їх можна вважати неперекладними.

Автори, що розглядають проблему перекладності та неперекладності, мають різні точки зору, тому терміни «перекладність» і «неперекладність» можуть мати різне тлумачення. Наприклад, Дж. Кетфорд розрізняє лінгвістичну перекладність і культурну. Лінгвістичну він пояснює тим, що формальні елементи вихідної мови і цільової є розбіжними. Культурна виникає через відсутність в іншомовній культурі тих термінів, що є релевантними для тексту оригіналу, наприклад, лакуни та реалії.

Отже, узагальнюючи наші погляди на неперекладність, слід підкреслити, що це поняття не повинно сплутуватися з відсутністю можливості перекладу. Іншими словами, не все, що складно перекласти, має вважатися неперекладним. Навіть якщо для деяких перекладачів у конкретних ситуаціях або обмежених межах часу вдається відтворити неологізм складніше, проте цей термін може бути відтворений у перекладі загалом.

У цілому, неологізми, хоч і є складною лексикою для перекладу, усе ж вважаються перекладною. Одні з основних складнощів у відтворенні новоутворень полягають в розумінні значень нових слів. Якщо значення неологізму відоме перекладачеві, сам процес перекладу стає більш простим і вирішується за допомогою різних технік залежно від типу слова, до якого належить цей неологізм.

Переклад неологізмів вимагає від перекладача вміння використовувати доступні засоби для передачі цих нових лексичних одиниць іншою мовою. При цьому перекладач має два основних варіанти:

- 1) використання еквівалента, який вже фігурує у двомовних словниках, якщо такий існує;
- 2) запропонування власного варіанту перекладу, особливо у випадках, коли відповідного еквівалента не зафіксовано у словниках.

Наприклад:

- «*Deskfast*», що означає «*breakfast is eaten at somebody's desk at office*» – може бути перекладено як «сніданок за робочим столом (їжа на робочому столі під час роботи)».
- “*Phubbing*” – цей термін можна перекласти як «*фаббінг*» (поведінка, коли увага людини зосереджена на мобільному телефоні або інших електронних пристроях, а не на спілкуванні з іншими людьми).
- «*Responsive website design*», яке позначає «*website design that allows for optimal view irrespective of which one device could be used to see that site*» – може бути передано як «чутливий дизайн певного Інтернет-сайту» (дизайн Інтернет-сайту, що забезпечує можливість переглядати самостійно від пристрою, на якому відбувається перегляд сайту) [9].

Багато неологізмів не мають еквівалентів у словниках і вимагають авторського підходу до передачі у перекладі: «*Avozilla*», що означає

«*huge avocado*» – «авоцида»: дуже великий авокадо; «*WikiCell*», що означає «*type of edible food packaging*» – «ВікіСел»: тип їстівної упаковки продуктів; «*Chiplet*», що означає «*tiny electronic circuit*» – «чиплет» «сильно тонка електросхема» [9].

Коли у перекладача є доступ до зафіксованих у двомовних словниках відповідностей, зазвичай, переклад неологізмів не викликає особливих труднощів. Однак у випадках, коли в словнику є кілька відповідників для передачі новоутворення, перекладачі повинні зважати на контексти та прагматичні ситуації для вибору найбільш відповідного варіанта.

Основна складність для перекладача виникає при передачі неологізмів, для яких відповідників немає у словниках. Особливо важко перекладати неологізми, які мають образне значення. Наприклад, “*bank of mom and dad*” (батьківська підтримка або фінансова допомога батьків дітям) – у таких випадках можна використовувати функціональний аналог для передачі сенсу неологізму. Такий підхід, хоч і позбавляє переклад від образності, допомагає зберегти адекватність перекладу, передаючи основне значення неологізму.

Інші приклади використання функційного аналогу під час перекладу англійськомовних новоутворень теж включають: «*Face ironing*» – «процедура розгладження зморшок»: процедура у косметичній сфері для зменшення зморшок.

Також було використано функціональний аналог у наступних прикладах у поєднанні з лексичною трансформацією, що спричинила генералізацію: «*No-boo*» – відмовлення щодо використання шампунів (косметологічна мода, що означає відмовлення щодо користування шампунями); «*Friendvertising*» – реклама у мережах (використовування ‘друзів’ у соцмережах для поширення реклами товару і послуг); «*Ghost gazumping even though there are no rival bidders*» перекладається як

«підвищення ціни», що означає явище, коли під час продажу будівлі підвищуються ціни після того, як досягли домовленості, і за відсутності іншого покупця) [18].

Генералізація у цих реченнях зумовлена тим, що експлікація була б занадто складною. В разі потреби такий переклад може бути уточнений за допомогою додаткового пояснення в контексті [18].

Отже, основний виклик при відтворенні нових слів лежить у розумінням значень неологізму. Якщо зміст відомий перекладачам, то задача стає дещо простішою і може бути вирішене за допомогою різних методів та стратегій перекладу у залежності від типу слова.

Основні рекомендації щодо перекладу неологізмів можуть бути сформульовані таким чином:

- *Розкриття значення неологізму:*
 - використання словників. Якщо нове слово відсутнє в англо-українських словниках, спробуйте знайти його в англо-англійських тлумачних словниках. Певні неологізми можна знайти в спеціальних рубриках, що присвячені новітнім словам;
 - розуміння змісту новоутворення через контекст. Для того, щоб зрозуміти нове слово через контекст, часто використовують поширені стратегії. Подекуди задля повного з'ясування значення нового слова корисно знати етимології і алюзії, що є пов'язаними з неологізмом;
 - розбір будови новоутворень і їх сенсу. Неологізми зазвичай базуються на існуючих словах і морфемах. Аналіз значень слів і морфем може допомогти з'ясувати значення неологізму.
- *Перевірка запропонованого варіанта:*
 - слід перевірити, чи використовувався запропонований варіант іншими перекладачами або авторами за допомогою пошуку в Інтернеті.

Узагальнюючи, немає окремих способів відтворення новоутворень. На кожен переклад неологізму впливає його вид (термін, назва, синонім і т.д.) і вимагає індивідуального підходу з урахуванням контексту та доступних джерел інформації [29].

Перекладачі можуть використовувати доступні засоби, такі як еквіваленти, що вже фігурують у двомовних словниках, або пропонувати власні варіанти перекладу, особливо коли відповідних еквівалентів немає в словниках. Вибір підходу залежить від контексту і прагматичної ситуації. Основний виклик полягає в розумінні значення нового слова, але коли це значення відоме перекладачеві, завдання стає простішим. Таким чином, переклад неологізмів може бути успішним за умови використання відповідних методів та стратегій перекладу.

Таким чином, мова постійно розвивається завдяки потоку нових слів, які виникають з пізнання світу, змін у суспільному житті та прогресу в науці й техніці. Розвиток мови потребує постійного поповнення словникового складу необхідними лексичними одиницями. В англійській мові кількість нових слів щорічно зростає, що стимулює мовознавців досліджувати їх творення та функціонування. У англійській мові дослідження неологізмів поки що несформована в окрему ділянку лексикології. Мовознавці займаються виявленням, дослідженням та класифікацією нових слів. Термін «неологізм» використовується для позначення нових слів або стійких словосполучень. Праці у області новоутворень охоплюють процес появи неологізмів їх вплив на мову. Нові підходи до дослідження неологізмів, такі як когнітивний та функціональний, дозволяють краще розуміти природу та значення нової лексики.

Останнім часом спостерігаємо, що евфемізми виникають не в області звичних табу, а у області бізнес відносин; можливо це пов'язане з тенденцією до комерціалізації життєвого кредо, людських відносини і англійськомовних людей та людства взагалі.

Дослідження неологізмів показало: що переважну кількість новоутворень являють собою іменникові слова, так як поповнення словників відбувається, перш за все, завдяки іменам предметів, феноменів, які поповнюють культурну сферу. Досліджування неологізмів дозволяє виявляти певні напрямки, котрі визначають специфіку збільшення лінгвокультурологічної сфери.

Лінгвісти виокремлюють різні джерела формування нових лексичних одиниць, включаючи запозичення, словоскладання, скорочення, деривацію, конверсію та семантичне словотворення. Навіть серед неологізмів, походження яких залишається невідомим, вчені прагнуть зменшити цю категорію, щоб краще зрозуміти їхній спосіб утворення. Сучасні дослідники наголошують на тому, що більшість нових слів формується за допомогою власних словотворчих засобів мови, зокрема через словоскладання, деривацію та інші методи, які відображають продуктивність мови в створенні нової лексики.

Отже, перекладачі можуть використовувати доступні засоби, такі як еквіваленти, що вже фігурують у двомовних словниках, або пропонувати власні варіанти перекладу, особливо коли відповідних еквівалентів немає в словниках. Вибір підходу залежить від контексту і прагматичної ситуації. Основний виклик полягає в розумінні значення нового слова, але коли це значення відоме перекладачеві, завдання стає простішим. Таким чином, переклад неологізмів може бути успішним за умови використання відповідних методів та стратегій перекладу.

ВИСНОВКИ

Мова постійно розвивається завдяки потоку нових слів, які виникають з пізнання світу, змін у суспільному житті та прогресу в науці й техніці. Розвиток мови потребує постійного поповнення словникового складу необхідними лексичними одиницями. В англійській мові кількість нових слів щорічно зростає, що стимулює мовознавців досліджувати їх творення та функціонування. Теорія неологізмів ще не набула статусу окремої сфери лексикології в англійській мові. Мовознавці займаються виявленням, дослідженням та класифікацією нових слів. Термін «неологізм» використовується для позначення нових слів або стійких словосполучень. Дослідження в області неології стосуються процесів утворення нових слів та їхнього впливу на мовну систему. Нові підходи до дослідження неологізмів, такі як когнітивний та функціональний, дозволяють краще розуміти природу та значення нової лексики.

Упродовж останніх десятиліть більшість евфемізмів з'являється не в контексті традиційних табу, а в сфері ділових стосунків між людьми. Це може бути пов'язано з комерціалізацією основних життєвих принципів та цінностей суспільства загалом, а також англійського суспільства зокрема.

Аналіз неологізмів показав, що більшість нових лексичних одиниць складають іменники, адже поповнення словникового складу відбувається здебільшого завдяки назвам реалій, які заповнюють культурне середовище. Дослідження цієї лексики дало змогу виявлення певних тенденцій, які відображають особливості розвитку лінгвокультурологічної сфери.

Лінгвісти виокремлюють різні джерела формування нових лексичних одиниць, включаючи запозичення, словоскладання, скорочення, деривацію, конверсію та семантичне словотворення. Навіть серед неологізмів, походження яких залишається невідомим, вчені прагнуть зменшити цю категорію, щоб краще зрозуміти їхній спосіб утворення. Сучасні дослідники наголошують на тому, що більшість нових слів формується за допомогою власних словотворчих засобів мови, зокрема через словоскладання, деривацію та інші методи, які відображають продуктивність мови в створенні нової лексики.

Перекладачі можуть використовувати доступні засоби, такі як еквіваленти, що вже фігурують у двомовних словниках, або пропонувати власні варіанти перекладу, особливо коли відповідних еквівалентів немає в словниках. Вибір підходу залежить від контексту і прагматичної ситуації. Основний виклик полягає в розумінні значення нового слова, але коли це значення відоме перекладачеві, завдання стає простішим. Таким чином, переклад неологізмів може бути успішним за умови використання відповідних методів і стратегій перекладу.

У сучасних англомовних ЗМІ виділяються певні групи новоутворених слів. Найбільш поширеними серед них виступають такі: «Люди та суспільство», «Телебачення, музика і преса», «Економіка» і «Політика». Швидкий прогрес і розповсюдження цифрових технологій відбилися на всіх сферах сучасного суспільства, що призвело до переходу спілкування в Інтернеті. Цей вид комунікації отримав назву «віртуального дискурсу».

Сучасний англомовний Інтернет-дискурс охоплює різні категорії неологізмів, які включають: назви інформаційних пристроїв; терміни для характеристики особи або групи осіб на основі певних ознак; назви, що описують людей відповідно до їх вподобань в Інтернет-дискурсі; назви для позначення різних Інтернет-продуктів; діяльність в Інтернеті

та за його межами, з використанням новітніх технологій; терміни, що відображають взаємини між людьми; слова, які описують характеристики предметів і явищ. Ці неологізми допомагають учасникам Інтернет-спілкування точно й ефективно виражати свої думки і ідеї у цифровому середовищі.

Таким чином, ми виокремили наступні трансформації при перекладі неологізмів: опущення (6%), запозичення (13%), модуляція (6%), генералізація (6%), конкретизація (6%), описовий переклад (12,5%), калькування (19%), транскрипція (19%) і транслітерація (12,5%).

Застосування різних лексичних трансформацій, таких як транскрибування, транслітерація, пошук еквіваленту, калькування та інші, залежить від контексту та характеру кожного неологізму. Транскрипція використовується для передачі звукової форми іншомовного слова, що особливо ефективно для іменникових неологізмів. Транслітерація, з іншого боку, відтворює літерний склад слів у графічній формі. Калькування використовується для заміни складових частин іншомовного слова на лексичні елементи в мові перекладу. Експлікація використовується для заміни слова описом або словосполученням, що роз'яснює його значення. Конкретизація та генералізація використовуються для заміни слова або виразу на більш вузьке або ширше значення в мові перекладу. Модуляція означає заміну слова на інше, чиє значення впливає зі значення оригінального слова. Запозичення використовується для повного введення оригінального терміну або лексеми у мову перекладу.

Ці трансформації демонструють різноманітні підходи до перекладу неологізмів залежно від їхньої структури, значення та специфіки. Кожен спосіб має плюси і обмеження; їх вибір відбувається залежно від мети перекладу та його мовно-стилістичних особливостей.

REFERENCES

1. Балюта Е.Г. Неологізми англійської мови сфери екології (теоретичні засади) // *Вісник Житомирськ. державного ун-ту ім. І. Франка*. 2006. №27. С. 148 – 152.
2. Бойчук М.В. Неологізми як стилістими // *Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія»*. Філологічна Серія. 2016. Вип. 63. С. 19 – 22.
3. Борис Д. Проблема неоднозначності поняття «неологізм» крізь призму лінгвофілософської теорії // *Науков. вісник ДДПУ ім. Івана Франка. Серія «Філологічні науки»*. Мовознавство. 2015. №3. С. 54 – 61.
4. Вокальчук Г. Авторський неологізм в українській поезії ХХ століття (лексикографічний аспект) : монографія. Рівне : Наук-вид. центр «Перспектива», 2004. 524 с.
5. Вокальчук Г.М. Вивчення неологізмів у вузівському курсі сучасної української літературної мови // *Педагогічні Науки. збірник наук. праць*. Суми, 2002. Ч. 2. С. 24 – 29.
6. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові // *Мова і культура*. 2014. Випуск 17. Т. 3. С. 341–346.
7. Демецька В.В. Адаптація як поняття перекладознавства й культурології // *Вісник СумДУ. Серія «Філологічні науки»*. 2007. №1. Т. 2. С. 96 – 102.
8. Зацний Ю.А., Пахомова Т.О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : ЗДУ, 2001. 243 с.

9. Зацний Ю.А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI ст.: англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
10. Карабан В.І., Карабан А.В. Узусні перекладацькі трансформації // *Стиль і переклад*. 2018. Випуск 1. С. 186 – 204.
11. Козаченко І.В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови. // *Науков. вісник Міжнар. гуманітарн. ун-ту*. Серія «Філологія». 2014. № 25. Том 2. С. 166 – 168.
12. Козьмик Г.О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI століть. Запоріжжя : Класичн. приватн. ун-т, 2007. 111 с.
13. Колесник А.О., Белікова О.Ф. Перекладацькі прийоми під час перекладу термінології наукових текстів // *Економічн. стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі і послуг*. 2010. Вип. 1. С. 719–727.
14. Колоїз Ж.В. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму // *Науков. вісник Криворізького державн. педагогічн. ун-ту*. Серія Філол. студії. 2008. Випуск 1. С. 27 – 36.
15. Колоїз Ж.В. Семантичні неологізми як результат семантичної деривації // *Вісник Харківського національного ун-ту імені В. Н. Каразіна*. Серія «Філологія». Харків. 2005. № 659. Вип. 44. С. 6 – 11.
16. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту : навчальний посібник. К. : Знання, 2008. 423 с.
17. Левицький А.Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови) // *Вісник Житомир. держ. ун-ту*. 2005. Випуск 23. С. 16 – 21.

- 18.Лобода В.А. Перекладацькі трансформації: дефінітивний характер та проблема класифікації // Науков. вісник Міжнар. гуманітарн. ун-ту. Сер.: «Філологія». №43. 2019. С. 72 – 74.
- 19.Підкамінна Л. Лінгвостилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ // *Лінгвостилістичні студії*. 2019. Вип. 10. С. 144 – 153.
- 20.Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля; Київ, 2006. 716 с.
- 21.Стишов О.А. Лексичні інновації з погляду нормативності. Київ : Наукова думка, 1999. 270 с.
- 22.Устінова В.О. Лінгвістичні фактори появи неологізмів у сучасній німецькій мові // Науков. вісник Міжнар. гуманітарн. ун-ту. «Філологія». 2015. Вип. 15 (2). С. 154 – 156.
- 23.Федоренко О. Політичні неологізми-запозичення в англomовних засобах масової інформації // *Південний архів. Серія «Філологічні науки»*. 2018. Випуск 73. С. 139 – 143.
- 24.Чернявська І. В. Особливості неологізації англійськомовного медійного політичного дискурсу // *Молодий вчений*. 2020. № 11(87). С. 505 – 507.
- 25.Чумак Л. М. «Нові» слова як особливість розвитку сучасної англійської мови // *Вісник ЖДУ*. 2006. №2. С. 34–36.
- 26.Ялковська О.Є. Сучасні англійські неологізми та способи їхнього перекладу українською мовою. Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика: матеріали доповідей IV Міжнародної наук.-практ. конф. Київ, Аграр Медіа Груп, 2011. С. 208–214.

27. Янишина Л. Процес неологізації у словниковому складі англійської мови XIX ст. (на матеріалах прозових літературних творів) : дис. ... к. філол. н. К., 2017. 202 с.
28. Ясинецька О. Переклад нових англомовних публіцистичних метафор українською мовою : автореф. дис. ... к. філол. н. К., 2009.
29. Aitchison J. Words Pour into English. Longman dictionary of contemporary English. 3d ed. with new words supplement. Harlow, Essex : Longman, 2001. P. 1691 – 1697.
30. Aronoff M. The Handbook of Linguistics. Blackwell Publishing, 2000. 843 p.
31. Daily Mail. Mail Online. Published by Associated Newspapers Ltd. URL : <https://www.dailymail.co.uk/news/index.html> (дата останнього звернення 10.08.2024).
32. Frantsuzova K. Criteria for Determining Corporate Lexical and Phraseological Units in Corporate Discourse: A Translation Studies Perspective. Proceedings of the International Scientific Conference «Trends, Issues, and Challenges in Modern Science» (2024, September 13). International Education Development Center. Research Europe. Cambridge, UK : Bookmundo, 2024. P.114-116.
33. Frantsuzova K. S. Translation Peculiarities of Corporative Lexicon. *Міжкультурна комунікація у науковом. і освітньому просторі* : мат-ли I Міжнародної науково-практ. конференції (м. Одеса, 28-29.04.2020) / за заг. ред. Домброван Т.І.. Одеса, 2020. С. 189 – 191.
34. Hlushko A. V. Means of Translating English Neologisms into Ukrainian based on Media Examples // Магістерські студії. Альманах. Вип. 24. Херсон : ХДУ, 2024. С. 21-25.

35. Nida E.A. The Theory and the Practice of Translation. Boston: E. J. Brill Leiden, 2003. P. 218.
36. Plag I. Word Formation in English. Cambridge University Press, 2002. P. 45 – 225.
37. The Guardian. Guardian News and Media Limited or its affiliated companies. URL : <https://www.theguardian.com/world> (дата останнього звернення 10.08.2024).
38. The New York Times. The New York Times Company. URL : <https://www.nytimes.com/international/section/world> (дата останнього звернення 10.08.2024).