

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет

Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання  
Кафедра германської філології

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня «магістр»**

**Спеціальність 035 «Філологія»**  
**Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»**

*Перекладацький вимір неологічних одиниць передвиборчого  
рекламного дискурсу (на прикладі передвиборчої кампанії 2020 у  
США)*

Допущено до захисту «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 р.

Зав. каф. германської філології \_\_ канд. філол. наук, проф. Кобякова І. К.

Виконала:  
студ. групи ПР.мз-91  
Александренко Анна Іванівна

Науковий керівник:  
канд. філол. наук, доцент  
Медвідь Олена Миколаївна

Суми 2020

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1 РОЛЬ НЕОЛОГІЗМІВ У ПЕРЕДВИБОРЧОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ .....	7
1.1 Становлення передвиборчого дискурсу як мовленнєвого явища .....	7
1.2 Функціональні особливості неологізмів у передвиборчому дискурсі .....	14
1.3 Лексичний бленд у текстах передвиборчої реклами у США .....	26
РОЗДІЛ 2 СТРАТЕГІЇ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ ПЕРЕДВИБОРЧОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ .....	32
2.1 Особливості перекладу неологічних одиниць в текстах передвиборчої реклами .....	32
2.2 Процес імплементації неологізмів та їх стратегічне мовленнєве значення в англійському передвиборчому дискурсі 2020 року в США .....	39
2.3 Специфіка перекладу блендингових одиниць політичної реклами .....	51
РОЗДІЛ 3 МЕТОДОЛОГІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ НЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В НАВЧАЛЬНИХ МАТЕРІАЛАХ .....	56
3.1 Інструктивно-методичні рекомендації щодо навчання неологізмів в процесі навчання англійської мови .....	56
3.2 Матеріали до засвоєння неологізмів у процесі навчання англійської мови .....	58
ВИСНОВКИ .....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	67
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ .....	73
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ .....	74
SUMMARY .....	76

## ВСТУП

Осмислення природи, сутності, можливостей мови, її взаємозв'язку з владою і політикою загалом – усе це турбувало людську думку з давніх часів. Вивчення політичної мови важливе як у теоретичному, так і у практичному вимірі. Сьогодні політичні діячі повсякчас перебувають у центрі уваги засобів масової інформації, повідомляють населення щодо становища країни, реформ та перспектив на майбутнє. Мовою і політикою цікавляться не тільки ті, хто безпосередньо бере в ній участь, а й ті, хто з наукової точки зору вбачає актуальність вивчення і аналізу даного питання - політологи, лінгвісти, філософи, соціологи тощо.

Мова є одним із найважливіших інструментів політики. За її допомогою формуються, обґрунтовуються чи захищаються не тільки ідеї, але й дії та рішення. Англomовний політичний дискурс як потужний інструмент формування громадської думки й маніпуляції свідомістю в глобальному масштабі неодноразово слугував об'єктом наукових розвідок лінгвістів та перекладознавців. Особливої уваги серед наукових досліджень через свою унікальність заслуговує явище передвиборчого дискурсу. Теоретичною базою для цього дослідження послуговували наукові роботи з дискурсології (Ван Дейк Т. А, Карасик В. І., Михалева О. Л., Серажим К. С., Шейгал О. І., Collin R.), неології (Андрусак І. В., Зацний Ю. А., Дзюбіна О. І., Левицький А. Е., Печко Н. М., Підгрушний В. А., Рабійчук Л., Чумак Л. Н., Lehrer A.) та ін.

Маючи багатофункціональне суспільне призначення, передвиборчий дискурс застосовується для обґрунтування політичних стратегій та програм, формування тих думок, які вигідні для мовця, за допомогою пропаганди, ним користуються при боротьбі за владу, спонуканні до конкретних дій з метою досягнення політичних цілей. Необхідність знання його особливостей стосується не тільки розуміння міжкультурного спілкування, а одночасно є допоміжним елементом для орієнтування в інформаційному потоці.

**Актуальність теми.** Попри наявність значної кількості наукових праць, присвячених дослідженню політичних неологізмів, передвиборча «новолексика» англійської мови залишається недостатньо дослідженою, ще й дотепер відкритими залишаються питання визначення та систематизації способів її перекладу, з'ясування труднощів, з якими стикаються перекладачі при передачі подібної лексики іншомовному реципієнтові.

**Об'єктом дослідження** є передвиборча кампанія кандидатів у президенти Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа та Джо Байдена в 2020 році.

**Предметом дослідження** є перекладацький аспект відтворення неологізмів, які реалізуються в передвиборчому дискурсі, мовні стратегії та тактики кандидатів на пост президента США.

**Матеріалом дослідження** слугував комплекс суспільно-політичних та передвиборчих неологізмів, отриманих методом суцільної вибірки із статей англійських газет «The New York Times», «The Sunday Times», «The New Statesman», «The Sun», «Newsweek», «The Washington Post» за 2018-2020 рр.; офіційних Інтернет-сторінок: аккаунт в Twitter Дональда Трампа, офіційного веб-сайту Білого дому. Електронні версії промов, звернень та інтерв'ю Джо Байдена та Дональда Трампа, аналітичних статей, в яких зафіксовано вживання неологізмів. Допоміжним матеріалом слугували спеціалізовані зарубіжні Інтернет-джерела: онлайн словників сленгу та неологізмів, авторські блоги.

**Мета дослідження** – з'ясування функціональних особливостей політичних неологізмів, дослідження методів та процесу їх утворення в передвиборчому дискурсі, виокремлення лексичного бленду як окремого феномену новотвору, визначення стратегій та способів перекладу неологізмів в передвиборчих текстах.

Для досягнення мети слід вирішити наступні **завдання**:

- опрацювати науково-дослідну літературу та обґрунтувати теоретичні передумови вивчення поняття дискурсу;
- розкрити зміст поняття «передвиборчих неологізмів» в спектрі політичного дискурсу;

- дослідити функціональну роль неологізмів в англомовному передвиборчому дискурсі;
- виокремити структурні й семантичні особливості неологізмів передвиборчого дискурсу;
- проаналізувати матеріали щодо передвиборчої кампанії кандидатів на пост президента США;
- дослідити перекладацький аспект перекладу неологізмів в передвиборчих текстах;
- розробити рекомендації щодо перекладу неологічних одиниць англійської мови;
- розкрити комунікативно-прагматичний потенціал неологізмів в текстовпросторі політичного дискурсу.

У роботі було використано такі **методи дослідження**: 1) описовий метод ужито для надання загальної характеристики передвиборчих неологізмів, політичної лексики та англомовного політичного дискурсу; 2) методи систематизації, класифікації та опису – для визначення та опису перекладацького виміру неологізмів передвиборчого дискурсу; 3) методи семантичного, контекстуального та перекладацького аналізу застосовані для з'ясування способів перекладу передвиборчих неологізмів; 4) метод суцільної вибірки із лексикографічних джерел; 5) контекстуальний, функціональний та метод аналізу словникових дефініцій – для розгляду перекладацьких особливостей передвиборчих неологізмів.

**Теоретичне значення** роботи полягає в тому, що її результати є певним внеском у такі галузі та напрями сучасної лінгвістики, як неологія, лексикологія та лінгвокраїнознавство. Також результати роботи сприяють вирішенню низки питань сучасного перекладознавства, пов'язаних зокрема із встановленням способів перекладу передвиборчих неологізмів англомовного політичного дискурсу засобами української мови.

Робота має також **практичне значення**, оскільки її результати можуть бути використані в навчальних курсах із лексикології, теорії та практики

перекладу англійської мови; у спецкурсах із дискурсології, неології, лінгвокраїнознавства; при написанні курсових і дипломних робіт.

**Наукова новизна** роботи визначається зростаючим значенням політики як одного з типів масової комунікації в житті сучасного суспільства. Значущість роботи полягає в тому, що в ній вперше здійснено системний аналіз способів перекладу передвиборчих неологізмів англомовного політичного дискурсу засобами української мови.

**Структура роботи** визначається її метою та завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, резюме, висновків, та списку використаної літератури з 80 найменувань. Перший розділ визначає роль неологізмів в передвиборчому процесі, лексичний бленд як окремий різновид неологізмів. В другому розділі з'ясовуються стратегії та способи перекладу неологічних одиниць у передвиборчих текстах. Третій розділ надає методологічні рекомендації щодо імплементації неологізмів в навчальному процесі. Висновки відображають перспективи подальших досліджень. Загальний обсяг дипломної роботи складає 79 сторінок друкованого тексту.

## **РОЗДІЛ 1**

### **РОЛЬ НЕОЛОГІЗМІВ У ПЕРЕДВИБОРЧОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ**

Розділ присвячено висвітленню теоретичних засад дослідження політичного дискурсу, зокрема передвиборчого, визначенню та виокремленню функціональних особливостей неологічних одиниць та їх роль у лексичному складі англomовного політичного дискурсу, визначення лексичного бленду як окремого способу творення неологізмів. У розділі надано загальну характеристику вказаних одиниць, з'ясовано їх лінгвістичний статус, визначено їх основні тематичні групи, виявлено контекст їх використання та особливості їх походження.

#### **1.1 Становлення передвиборчого дискурсу як мовленнєвого явища**

Розвинене сучасне суспільство вимагає соціальної взаємодії, що здійснюється за допомогою комунікативних механізмів. Політичні, економічні та міжкультурні відносини у світі та розвиток людської діяльності в усіх сферах життя зумовлюють високу актуальність питання дослідження мовної комунікації.

Дискурс виникає у мові. Мова – це унікальний та універсальний інструмент спілкування, що відіграє важливу роль у системі соціальних комунікації, й виступає як засіб пізнання та мислення. Багато хто визначає мову одним із наймогутніших способів впливати на людей, їх погляди, дії та життєві рішення [16].

У сучасній науковій літературі не існує авторських прав на використання терміна. Поняття дискурсу є надзвичайно широким для визначення, має багато значень та трактується неоднозначно, залежно від мовознавця, який тим займається. Велика кількість наукової літератури присвячена розкриттю сутності цього поняття. Лінгвістичні школи минулого століття плідно

займалися визначенням дискурсу, проте не всі дійшли до єдиного рішення, тож говорити про дискурс актуально ще й сьогодні.

Вперше дискурс став об'єктом лінгвістичних досліджень у 60-х роках ХХ ст. у зв'язку з науковими розвідками Ю. Габермаса, З. Харрися, Т. А. ван Дейка, Е. Бенвеніста, М. Фуко. Досі актуальною думкою є ідея, що запропонована голландським мовознавцем, автором і людиною, яка присвятила наукове життя теорії текстів й аналізу дискурсу, Т. А. ван Дейком, адже актуалізує комунікативний аспект дискурсивного аналізу. До того ж, на його думку, дискурс – комунікативне явище, що має соціальне підґрунтя, тобто надання інформації про учасників комунікації та процеси й перебіг сприйняття повідомлень [19].

В іноземній лінгвістичній літературі процес зміни поняття перекликається з тлумаченням його сукупності двох чи більше висловлень до будь-якого вживання мови, реалізованого в різних формах дискурсу.

Зрозуміло, що вивчення цього явища займалися й інші досить видатні вчені, що теж досягли признання в цій галузі. Тож, французький мовознавець Е. Бенвеніст, на прикладі розмовного дискурсу, визначає, що той має особливу структуру (вступ у мовний контакт, введення теми спілкування та її погодження, зміна ролей і теми в процесі комунікативного акту, кінець комунікативного акту), зумовлений певними зовнішніми та внутрішніми чинниками [4].

Згідно своїх досліджень М. Фуко визначає дискурс як безліч висловлювань, що належать одній системі формацій. В своїх роботах мовознавець підкреслює положення про те, що дискурс є вербальним семіотичним процесом та соціально обумовленою організацією мови, синтезом «вже - сказаного» і «ніколи - не сказаного», наголошуючи на існуванні окремих для нього історичних правил. Вперше висловив думку про доцільність вивчення професійного дискурсу не загалом, а в аспекті з певними фаховими рамками, які він назвав інституційними [38].

Всебічно охарактеризував дискурс П. Серіо, визначивши його як [34]:



- одиницю, що більша за розмірами, ніж фраза;
- еквівалент поняття «мовлення», що означає будь-який конкретний вислів;
- вплив висловлювання на адресата з урахуванням не тільки внутрішніх, а і зовнішніх чинників, а також самої ситуації;
- мовлення з позиції мовця (на протигагу розповіді, яка не враховує цю позицію);
- бесіда, яка є основним типом висловлювання;
- як вживання одиниць мови;
- обмежений тип висловлювань (наприклад, феміністичний дискурс);
- теоретичний конструкт, який призначений для дослідження умов створення тексту.

Найголовнішим компонентом будь-якого дискурсу є текст. Ці поняття є нероздільними, однак вони «не дзеркальні відображення один одного». Дискурс, як і тексти, класифікують на підставі різноманітних властивостей та ознак.

Мовлення та ситуація, в якій воно відбувається, складають дискурс. В залежності від мовленнєвих ситуацій, в яких він відбувається, його можна розділити згідно зі сферою діяльності мовця. Коригується набором правил, виконання яких він вимагає, і протікає в певній соціальній сфері [53]. За виявом комунікації в суспільстві характеризується комунікативним, мовним, вербальним, невербальним дискурсом, а також сучасними дискурсивним практиками та дискурсом мовчання. До того ж, досягається за допомогою візуальних, слухових і тактильних каналів.

Велику увагу до себе привертають деякі положення українських мовознавців І. С. Шевченко та О. І. Морозової, котрі запропонували такі ознаки розрізнення типів і підтипів дискурсу:

- 1) усний і письмовий за формою;
- 2) монологічний або діалогічний за видом мовлення;
- 3) інституційний і персональний (буттєвий) за адресатним спрямуванням;

4) аргументативний, конфліктний та гармонійний згідно з умовами різних настанов і комунікативних принципів;

5) політичний, адміністративний, юридичний, діловий, релігійний, медичний, спортивний, військовий, рекламний, педагогічний, науковий, електронний (інтернет-дискурс), медійний дискурс тощо за соціально-ситуативним параметром;

6) соціально-демографічний критерій (дитячий, дискурс підлітків та дискурс людей похилого віку, дискурс жіночий і чоловічий, дискурс мешканців міста й села); соціально-професійний критерій: дискурс будівельників, програмістів, шахтарів); соціально-політичний критерій (дискурс республіканців, демократів) згідно з різноманітними характеристиками адресанта і адресата;

7) спілкування інформативне (оцінний, емотивний, директивний дискурси) та фактичне згідно з функціональними та інформативними складовими;

8) публіцистичний, художній, науковий, фідеїстичний та інші, офіційний та неофіційний згідно з критеріями формальності та змістовності у функціонально-стильовому аспекті відповідно до жанрів і реєстрів мовлення [40].

Попри існування великої кількості дискурсів, вони взаємопов'язані між собою, детермінують один одного й мають спільні ознаки за своєю структурою.

Не можна не помітити, що між мовою і політикою з давніх часів існує тісний зв'язок. Такі вчені як політологи, філософи, психологи, соціологи, лінгвісти вивчають промови політичних діячів майже під мікроскопом. Слово – своєрідний інструмент їх впливу на політичні процеси, засіб маніпуляцій, ефективність якого усвідомлено нещодавно.

Політичний дискурс – мова, занурена в життя політиків, що характеризується невідривним соціально-культурним і політичним контекстом. Будь-який дискурс є логічною концентрацією думки автора навколо так званого опорного концепту. Цей концепт ще називають дискурсивним топіком. Він

охоплює все, те про що йде мова у відповідному дискурсі та забезпечує його цілісність [41; 53]. Саме це дає змогу реципієнту зрозуміти головну думку, яку хотів донести мовець, основною перевагою якого, у свою чергу, є конструювання власного мисленнєвого світу, який повинен підтримати та в який повинен "повірити" адресат, для уваги якого, власне, і призначений текст.

Відносно свого соціального походження, дискурс є породженням соціального контексту з одного боку, а з іншого – є поштовхом до змін у соціальному контексті в результаті функціонування дискурсу.

Політичний текст – це послідовне зібрання висловлювань, що не має обмеження в об'ємі; політична комунікація, в якій закладені характеристики цілісності, зв'язності, що пов'язана єдиною політичною ціллю відповідно до політичних ситуативних чинників, в сукупності ототожнює політичний дискурс.

Дискурс є інституційною формою спілкування, тобто має обмеження в своєму вживанні. Так у вузькому значенні, політичний дискурс має доцільність, коли йому акомпанує політичний акт, у певних політичних обставинах, а саме в політичних інститутах (на парламентських сесіях, партійних з'їздах, засіданнях уряду) [4].

Феномен політичного дискурсу є досить складним і багаторівневим, та й часто його плутають з терміном «політична мова», що означає знакову систему, яка призначена для досягнення політичної комунікації. Зважаючи на те, що політична комунікація відбувається в публічній сфері, а не лише в професійній, політичний дискурс зазнає перетинання фахових і загальномовних елементів.

Дослідження мовлення простежується у виокремленні екстралінгвальних чинників та їх вплив на свідомість реципієнтів. Таким чином, важливою для функціональності політичних текстів є розуміння його прагматичного аспекту. Щодо функціональних особливостей політичних текстів слід виокремити бачення О. Шейгал. Вони поділяються на інструментальні та інформативні.

До інструментальної функції, що означає використання політичного дискурсу як знаряддя для здобуття політичної влади, належать такі поняття як:

соціальний контроль, відтворення, легітимізація влади, орієнтація, соціальна диференціація та солідарність, агональність (ініціювання і вирішення соціального конфлікту, вираження незгоди і протесту проти діяльності владних установ) та акціональна функція (проведення політики мобілізації чи умиротворення) [40].

До інформативної функції належить розповсюдження інформації, визначення порядку денного, проекція в майбутнє і звернення в минуле. На цьому базисі формується уявлення про політичний світ у пересічного населення [3].

В залежності від жанрово-стилістичних особливостей можна досягти певних комунікативних цілей [48]. До жанротворчих критеріїв текстів політичного спрямування відносяться характер комунікації (офіційний, неофіційний), вид комунікації (особистісна, публічна), мета, кількість учасників, концепція ієрархічних зв'язків та гендер (керівник/підлеглий, жінка/чоловік), звернення до адресата або його відсутність, активність чи пасивність адресата.

В межах політичного дискурсу жанри класифікуються згідно локалізації подій і поділяються на такі [29]:

- 1) Презентаційно-іміджеві (політичні слогани, програми та біографії);
- 2) Інформативні ( політичні повідомлення, заяви та інтерв'ю);
- 3) Ритуальні (інавгураційна промова, привітання, некролог, подяка, ювілейна промова, традиційне радіозвернення);
- 4) Агонально-аргументативні (рекламна промова, прес-конференція, передвиборчі дебати та парламентські дебати,);
- 5) Агітаційні (слоган-заклик, політичні виступи та агітаційні листівки).

Нестандартність такого явища як політичний дискурс зумовлюється тим, що спираючись на комунікативну мету та специфічність комунікативної події дослідники розрізняють різні стратегії: стратегії пониження, стратегії підвищення, стратегії театральності, стратегії саморепрезентації, дискредитації,

нападу, самозахисту, формування емоційного настрою адресата, а також інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, агітаційна і маніпулятивна стратегії; стратегія замовчування, містифікації та анонімності [31].

Використовуючи наведені вище стратегії та тактики, адресати мають завжди з собою інструмент впливу на емоційну, вольову та інтелектуальну сферу адресанта саме за допомогою влучного володіння мовою. Головна відмінність політичного дискурсу від інших видів аргументативних дискурсів (юридичного, академічного, рекламного, побутового, виробничого) полягає в його чіткій апеляції до системи цінностей, що існує в певному суспільстві.

Передвиборчий дискурс є ситуативним політичним дискурсом, тобто вважається його різновидом. Особливий тим, що здебільшого виникає в передвиборчій гонці, яка супроводжується різноманітними політичними жанрами, зокрема має яскраве відображення на політичних дебатах [5]. Окрім цього, досягнення головної комунікативної мети передбачає досягнення проміжних комунікативних завдань, таких як, наприклад: дискредитація опонента, аргументоване переконання в його неготовності бути президентом власній доцільності обіймати цю керівну посаду.

Суперництво і перемога займають основний зміст спілкування. Природа передвиборчого дискурсу прямо залежить від його предмету, завдань, що постають перед політичними діячами, рівня професійності політиків, а також рівня політичної та громадянської культури суспільства в цілому.

Політичні висловлювання і думки експертів мають достатньо відносно положення, вони набувають сенсу тільки у порівнянні з іншими висловлюваннями, що оголошуються представниками інших позицій .

Неабияку роль в політичному дискурсі має функція переконання та політичної пропаганди. Формування в соціумі тих думок та оцінок, які є необхідними – головне завдання для автора дискурсу. Таким чином, дискурс не відтворює структури навколишнього світу, а робить кроки до влади в ході процесів специфічної актуалізації мови [31].

Окреме значення політичного дискурсу зосереджено на особистості політика та певних моментах поведінки. Існує багато факторів, які роблять із людини фаворита або ж аутсайдера: від зовнішніх ознак (стиль, манери) до внутрішніх (вміння лаконічно доносити власну думку, погляди). Прихильність до політика зазвичай досягається через його політичні тексти, зокрема промови [26]. Головна ціль політика – досягнення відданості електорату, вірування в його обіцянки, довіра його діям та відстоювання його політичних поглядів на різних рівнях. Це все можна назвати маніпуляції свідомістю аудиторії.

Проаналізувавши матеріали щодо політичного дискурсу, вдалося зрозуміти, що предмет дослідження - багатокomпонентне явище, що може розглядатись як система взаємозалежних характерних ознак, функціональних особливостей та специфіки їх втілення. Йому властива наявність широкого інструментарію функцій та жанрової реалізації, за допомогою яких досягається першочергова мета – оволодіння політичною владою та реалізація політичних інтересів учасниками політичного процесу. Використання дискурс-аналізу для вивчення політичного процесу в цілому, тих чи інших політичних курсів, ліній поведінки окремих політичних організацій і політиків вбачається доволі продуктивним для подальших наукових досліджень.

## **1.2 Функціональні особливості неологізмів у передвиборчому дискурсі**

Найвагомішою умовою існування мови є її постійний розвиток, який спостерігається в утворенні та вживанні нових слів. Процес пізнання світу, поява нових понять, зміни в суспільному житті, прогрес у науці і техніці відбуваються повсякчас, виражає необхідність забезпечити мовців необхідною кількістю нових лексичних одиниць. Велика кількість нової лексики, з новими або вже чинними значеннями, щорічно з'являється в англійській мові. Це вимагає від дослідників ретельного аналізу цих одиниць і їх систематизації.

Лінгвісти минулого були упереджені в тому, що неологізація мови псує народну мову. Проте поповнення лексики – це неминучий процес її розвитку.

Необхідність мовного збагачення підтверджує положення, що мова повинна відповідати потребам суспільства як у спілкуванні, так і в фіксації результатів пізнання дійсності, в розвитку та збагаченні культури народу на кожному етапі свого розвитку [1].

Динамічність в утворенні нових слів напрочуд помітна в ХХІ столітті.

В основі виникнення нових слів зосереджена робота антропоцентрично орієнтованого механізму, мета якого – обслуговувати й висловлювати комунікативно-прагматичні номінативні, експресивні та образно-оцінні наміри комунікантів [13].

Неологія - це напрям дослідження, який вивчає нові явища, що виникають в мовах. На думку класичних лексикологів, таких як Рондо або Гільбер, неологія займається вивченням активних лінгвістичних явищ, що виникають у певний час в мовній еволюції. Існування цих явищ можна спостерігати на всіх рівнях мови: фонетиці, фонології, морфології, синтаксисі або лексиці [за цит. 21].

Коли мова йде про лексичну неологію, ми маємо на увазі появу нових слів або лексичних неологізмів. У цьому сенсі лексична неологія охоплює всі ті лексичні одиниці, які можуть становити словниковий запис, незалежно від їх форм.

Неологізм – це слово чи сполука, використані мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття в новому значенні й усвідомлюється носіями мови [22]. Подібними словами за значенням на позначення цього поняття можна зустріти новотвір та okazіоналізм (авторський неологізм).

Як відомо, оновлення тезаурусу може відбуватися двома шляхами: шляхом запозичення іншомовної лексики та шляхом утворення власних лексичних новацій [16]. Існує два твердження, згідно з якими поняття «неологізм» застосовується щодо:

- повністю новостворених лексем на матеріалі мови, цілком відповідають словотворчим моделям, використовуються для позначення нових

та невідомих раніше понять, наукових галузей, професій тощо. Серед таких розрізняють семантичну контамінацію та семантичну атракцію, наприклад *'bizmorrow'*, що означає «наступний робочий день», *'cornteen'* – інтернет-сленг, що має значення «карантин; самоізоляція під час епідемії COVID-19»;

- повторно створений синонім вже наявного слова для детермінування вже наявного поняття, в той час мають конотативне забарвлення, а саме супутні семантичні та стилістичні патерни слова, що нашаровуються на основне значення, а також до слів у новому значенні, наприклад, *'cookies'* – основне значення «печиво», нове – «інформація у вигляді текстових або бінарних даних, отримана від веб-сайту на веб-сервері» [27].

За функціональними особливостями новотвори поділяють згідно таких причин:

- потреба називати нові предмети, явища, поняття *'coronavirus'* — гостра респіраторна хвороба, яку спричинює коронавірус 2019-nCoV), *'spatique'* – магазин, що пропонує спа-процедури та продукти для краси;
- потреба замінити назви точнішими, зрозумілими, які б більше відповідали нормам сучасної мови (лексичні неологізми): *'explosion'* → *'boom'*, *'to surf the Internet'* → *'to google'*, *'American football'* → *'handegg'*
- набуття словами, що вже існують у мові, нових значень (семантичні неологізми): *'tablet'* (раніше – чотирикутна дошка, на яку наклеєний креслярський папір) – підвид сучасних комп'ютерів [54].

Існує кілька параметрів для визначення належності мовних одиниць до неологізмів:

- діяхронія: мовна одиниця - неологізм, якщо вона виникла нещодавно;
- лексикографія: мовна одиниця - неологізм, якщо її немає у словниках;
- систематична непостійність: мовна одиниця є неологізмом, якщо вона має ознаки формальної нестабільності (наприклад, морфологічної, графічної, фонетичної) або семантичної нестабільності;



- когнітивна: мовна одиниця - неологізм, якщо мовці сприймають її як нову одиницю [21].

Ці фактори не є взаємовиключними, не дають однакових результатів та їх не можна застосовувати в однаковому контексті. Мовознавці, як правило, надають перевагу лексико-графічному параметру як найбільш систематичному для визначення приналежності лексичної одиниці до неологізмів [1].

Термін «неологізм» має на увазі цілком нову лексичну одиницю у єдності своєї форми та значення (нова лексема) або зовсім нове (додається до вже наявних) значення певної фіксованої лексичної одиниці (нове значення). Такі мовні одиниці не відображені у словниках певний час; входять до загальноживаної лексики (узуалазація); прийняті загалом як мовна норма (акцептуалізація); лексично збережені (лексикалізація); більшістю мовців сприймаються як нові.

Таким чином бачимо, що новоутворене слово проходить наступні етапи: виникнення → узуалазація → акцептуалізація → лексикалізація. З цього можна зрозуміти, що неологізм не статичний елемент мови, а має процесуально-динамічну природу [9].

Нові лексичні та фразеологічні засоби мови з'являються відповідно до мовних законів на позначення нових предметів і явищ, сутність яких відбивається у нових словах і нових значеннях.

Значення слова – це пов'язана сукупність таких компонентів як: денотат, концепт та форма. Одна й та сама форма може відповідати кільком денотатам.

Позамовні зміни в житті суспільства й закони мовної системи можуть впливати на семантичний розвиток слова та його значення.

Мова – відображення дійсності, своєрідне люстерко соціокультурного життя, що видозмінюється разом із суспільством. Найбільш популярними мовними інноваціями вважають мовні зрощення, скорочення, аббревіатури, що дозволяють виражати думку, використовуючи якомога менше мовних засобів та менше часу для її вираження [2].

До видових понять «мовної інновації» відносяться такі терміни як «неологізм», «оказіоналізм», «індивідуально-авторський неологізм», «потенційне слово». Порівняння цих термінів викликають часто у мовознавців різні, переважно суперечливі, погляди.

Основними параметрами, згідно з якими розмежовують неологізми та оказіоналізми, є:

- час появи слова;
- наявність – відсутність конкретного автора;
- відчуття – невідчуття новизни слова;
- входження – невходження в мову [9].

Неологізм є елементом в ланцюжку мовних новацій, що має такий вигляд: «потенційне слово → оказіоналізм → неологізм». Повністю устаткувавшись в мові, неологізми перестають ними бути, стають звичайними словами загального мовного запасу [14]. Таким чином, неологізми, які стали мовними одиницями, з часом фіксують у словниках, відображають дійсний стан лексики, а неологічна лексикографія, яка сформувалася за останні десятиріччя, дає нам можливість для осмислення новітньої історії світової лексики.

В англійській мові становлення неологізмів, занесення їх до словників залежить від частоти їх вживаності, необхідності нового денотату. В середньому за рік виникає 800 нових слів, це порівняно велика кількість відносно інших мов світу.

Необхідно зазначити, що неологізми за своїм призначенням поділяються на лінгвістичні, лексичні, семантичні та власне авторські. Мовні неологізми збільшуються в частотному прояві згідно з виникненням нових концептів. Зазвичай, вони складають пасивну частину лексики та словника. Якщо протягом довгого часу потреба в застосуванні цих новоутворень є, то вони більше не входять до неологізмів. Такі слова вже стають частиною мовної лексики [47].

Лексичні неологізми створюються в мові на основі вже наявних моделей. Семантичні неологізми – це нове значення вже наявного словникового

відповідника. Авторські та стилістичні неологізми – це слова, створені письменниками та поетами для того, щоб підсилити емоційну складову висловлювання. Такі неологізми зазвичай прив’язані до контексту та до автора. Функціональна особливість таких слів в тому, що вони створюють незвичайний літературний текст й привертають увагу реципієнтів [12].

Лексичні неологізми в загальнонаціональній мові, на відміну від неонімів або термінологічних неологізмів, можуть характеризуватися наступним переліком чинників:

1. Зазвичай вони є більш спонтанними, тобто виникають без наявності очевидних причин, здаються безглуздими та, як правило, не тривалими; неоніми, навпаки, виникають через необхідність позначення і, як правило, є більш стійкими.

2. Вони не зазнають впливу синонімії, але зазвичай співіснують із синонімами та набувають певної стилістичної цінності у вияві протиставлення. Неоніми, навпаки, не піддаються синонімії, оскільки це може спотворити комунікативну ефективність.

3. Вони прагнуть до лаконічності й стислості, тоді як більшість неонімів – це фразеологічні одиниці.

4. Вони часто звертаються до старих та діалектних мовних форм та запозичень, а не до сполук, заснованих на неокласичних мовах.

5. Зазвичай вони не виходять за межі власної мовної системи, якою вони були створені, на відміну від неонімів, що призначені для вживання на міжнародному рівні [22].

Формування слів – це дуже важливий процес, оскільки орієнтований на спілкування та передачу наявних знань про світ. Більшість неологізмів – це похідні, тобто похідні від слів, утворені на основі тих, що вже існують. Абсолютно нові слова трапляються вкрай рідко [17].

Поява нового слова є результатом боротьби двох тенденцій – розвитку мови та її зберігання. При цьому поява нового слова не завжди викликана прямими потребами соціуму в новому значенні.

Головною умовою доцільності утворення та використання неологізмів – зрозумілість. Звичайно, почувши нове слово, неможливо здогадатися про його значення без відповідного контексту. Коли значення таких слів стає знайоме, то їх використання вже зумовлюється інтенцією мовця говорити/не говорити одиницями новоствореної лексики в залежності від власних упереджень. Досить складно передбачити долю неологізмів: деякі з них – тимчасові й не залишаються в мовному обігу, в той час, коли інші – з довгим терміном дії, тому що сприйняті мовцями [9].

Нову культурно марковану інформацію може містити в собі конотативне значення неологізму. Нові лексикографічні одиниці, що мають додаткові конотативні значення, часто викликають у свідомості носія мови певні культурно-історичні асоціації, наприклад: англ. *pork barrel* – «державна годівниця, використання державної скарбниці в інтересах окремих штатів, а не всієї держави» [46].

Одним з найважливіших факторів при виокремленні неологізмів є їх локалізація. Хибною думкою є віднесення інтернаціоналізмів та запозичень у ряд неологізмів, адже такі мовні одиниці не містять національно-культурного складника [18].

Різні сфери зазнають ряд змін, збагачуються новими явищами та особливостями, як у структурному, так і в семантичному відношенні, які потребують вивчення та розгляду. Тож, політична сфера – не виняток. Вона завжди знаходиться під наглядом. Дослідження суспільно-політичної лексики являє великий лінгвістичний інтерес. Неологізми частіше за все сконцентровані довкола проблем та явищ зовнішньополітичного та внутрішньополітичного життя, доповнюють усталені системи позначень, що склалися зі слів, які відображають появу нових фактів і понять в цій сфері життя суспільства, або лексикою, яка представляється комунікантам більш зручною для позначення певних актуальних понять, їх нюансів [14].

Політичний дискурс – ресурс сильної влади, завдяки якому держава та громадські інститути спроможні проводити презентації та просування себе з урахуванням кращих сторін чи критикувати дійсність.

Варто зазначити, що процеси соціалізації слова і його лексикалізації відбуваються через взаємодію його посередників, тобто мовців прямо залежної чи відносно залежної сфери [33]. Неологізми – це історична категорія. Це означає, що вони сприймаються як нові слова доти, поки названі ними поняття не стануть загальноживаними.

В суспільстві немає статичних явищ, весь час відбувається розвиток, політика – одне з таких. Лексика, якою користуються в цій сфері, теж постійно розвивається. В наш час можна спостерігати появу великої кількості нових концепцій та явищ політичної системи, які потребують створення нових слів, а саме неологізмів [18].

Насамперед, необхідно зазначити, що характер суспільно-політичних неологізмів більш схильний до проектних, аніж до номінативних новоутворень. Такі проектні новації не тільки називають певне явище, але і закликають звернути на нього увагу.

Політичний дискурс відображає усі соціальні й політичні зміни, що стає передумовою появи нового сприйняття, яке першочергово передається за допомогою неологізмів.

Дослідження неологізмів в роботі розглядається стосовно передвиборчого дискурсу. Як зазначено у попередньому пункті, то передвиборчий дискурс діє в межах політики, а саме в такому явищі як вибори [29]. Політичний дискурс, зокрема передвиборчий, можна розглядати з точки зору публіцистики. Це зумовлено тим, що значна частина політичних подій висвітлюється в пресі. Тож, мова набуває своєрідного забарвлення, стильових особливостей, а саме насиченості передвиборчими поняттями та подіями, що з цим пов'язані. Тож, зміни, які відбуваються в політичному житті призводять до появи значної кількості неологізмів.

Експресивність неологізмів досягається морфологічно забарвленими компонентами, в результаті чого новоутворені одиниці отримують більш виразний емоційний та експресивний відтінок. Тому виразність неологізмів може бути обумовлена контекстом [26].

Експресивні неологізми пов'язані з освітою, наукою, політикою, економічним та культурним життям, які мають телескопічну деталь, що містить насамперед оцінний компонент у своєму значенні. Особливості телескопічної структури та семантика похідних — одне із питань, яке досі залишається суперечливим [45]. Традиційна точка зору полягає в тому, що це утворення абсолютно нової лексичної одиниці наділяється новим значенням.

Виразність неологізмів досліджується за допомогою словотворення та типу стилістичних особливостей. Сучасна політична сфера рясніє великою кількістю неологізмів, які виконують різні стилістичні функції [11].

Політичні неологізми не тільки збільшують лексичний склад мови, а до того ж виділяють передові сфери, дозволяючи орієнтуватися в політичному просторі. Мова – інструмент, що використовується для впливу на громадянську свідомість та заклику людських мас до дій. Мова дає змогу політикам досягати цілей, якщо їх вони мають належне найменування. У сучасному мінливому інформаційному світі, вербалізація необхідна, так як людська свідомість сприймає краще те, що має влучну назву.

Функція впливу на читача/слухача слугує для того, аби переконати його / її у коректності викладених положень та тверджень або викликати бажану реакцію на логічне міркування, що має свій вияв у владі, емоційній напруженості висловлювання та зосередженні на тих явищах, які найбільш ефективні для досягнення певної мети [12].

Суть інформативної функції виявляється в інформаційних звітах, де інформація має соціальне та політичне значення. Отже, у центрі уваги - дуже широке питання, яке стоїть перед проблемами сучасного життя.

Номінативна функція полягає у представленні нових понять та предметів. Номінативну функцію виконують неологізми, що позначають соціальні та

політичні явища, процеси, зазвичай згенеровані прихильниками протилежних поглядів. Ці слова здебільшого походять від імен політичних діячів. У випадку фактична інформація неологізмів використовуються для опису соціально-політичних явищ, процесів та опису людей. Серед таких виділяють:

1) найменування нових соціально-політичних явищ: *'Britain is finally catching on to one of the biggest trends from America's east coast: "empowerment spaces" ... inspired by cult luxury wellness hubs such as NYC's The Well'. [Sunday Times, 6 September 2020].*

В цьому прикладі наведено нове соціально-політичне явище, дослівно – простір розширення можливостей, означає місце, люди можуть відвідувати різні типи занять та семінарів з метою покращення свого психічного та емоційного добробуту.

*'These modern "hyperleaders" invert the relationship between politician and party'. [www.newstatesman.com, 8 March 2019]*

*Hyperleader* – лідер політичної партії, який є більш популярним, ніж партія, яку він очолює, і який використовує соціальні мережі для взаємодії зі своїми прихильниками.

*'We must critique woke capitalism clearly and forcibly, remembering that business exists to realize the particular economic ends that constitute its specific common good'. [www.thepublicdiscourse.com, 16 February 2019]*

Поняття *woke capitalism* означає стратегію, яку використовують деякі великі компанії, метою якої є заробіток за допомогою висвітлення соціальних та політичних питань.

*'Both President Donald Trump, 74, and former Vice President Joe Biden, 77, are "super-agers" overwhelmingly likely to live beyond their mid-80s—but a new study finds Biden has a higher probability of outliving his younger opponent'. [www.newsweek.com, 3 November 2020]*

Контекст в цьому випадку натякає, що поняття *superager* застосовується до людей, що старші за 65 років й чий пам'ять та мислення подібні до двадцятирічних.

2) поняття, що характеризують прихильників певного соціального класу чи явища.

*'Responding to the Waspi campaign, Labour has unveiled an election pledge to compensate those affected'. [thesun.co.uk, 24 November 2019]*

*Waspi* - аббревіатура "Жінки проти державної пенсійної нерівності": організація жінок, народжених у 1950-х роках, на пенсії яких вплинуло урядове рішення про підвищення пенсійного віку для жінок від 60 до 65 років.

*'President Donald Trump announced that he will be creating a new religion, Trumpianity, which will be aligned with mainstream Evangelical Christianity, but will be overlaid with his own teachings'. [www.allgov.com, 3 December 2019]*

Власне неологізм, похідний від власного імені *Trump*, в яке закладено значення релігійного віросповідання, аналогічним способом створено поняття *Christianity* (віра в Ісуса Христа).

Під час аналізу текстів політичного спрямування, а саме таких лексичних одиниць як неологізми були відзначені такі способи словотворення [9]:

- Спосіб афіксації. Цей метод фактично переважає у формуванні неологізмів. Похідне слово характеризується здатністю членуватися та наявністю внутрішньої предикації. В англійській мові поширені такі суфікси:

- -ism: *Trumpism, Euroscepticism, Afrocentrism, declinism, hacktivism, slacktivism, TeePartialism, volun-tourism;*
- -philia: *Trumphilia, Obamaphilia;*
- -phobia: *Obamaphobia, Baracknophobia, Palinphobia;*
- -er: *Trumper, Brexiteer, Boomer.*

Шляхом префіксації утворені такі слова за допомогою префіксів, наприклад:

- anti- : *antipointment;* non- : *nonlinear;* pro- : *protire;* un- : *unfollow, unschooling;* over- : *oversharing, overparenting.*

- Іншим досить поширеним явищем у контексті словотворення є злиття, особливо в англійській мові. Значення неологізмів, створених



об'єднанням, дуже легко встановити, оскільки всі його компоненти вмотивовані, зрозумілі для сприйняття.

Приклади: *Bidenomics* (*Biden* + *economics*), *Obamacon* (*Obama* + *conservative*), *infoganda* (*information* + *propaganda*), *democratatorship* (*democracy* + *dictatorship*), *politainer* (*politician* + *entertainer*), *shampaign* (*sham* + *campaign*), *theocon* (*theological* + *conservative*), *corpocracy* (*corporate* + *bureaucracy*), *radiclib* (*radical* + *liberal*), *republocrat* (*republican* + *democrat*), *businesscrat* (*business* + *democrat*), *fiscalamity* (*fiscal* + *calamity*), *democracy* (*democracy* + *crazy*), *Scexit* (*Scotland* + *Brexit*), *Amerindians* (*American* + *Indian*)

- Словоскладання. Критерії складного слова повинні бути зосереджені в його дефініції. Виходячи з морфологічних позицій, слово, що складається з двох і більше повнозначних основ, є складним словом. Має велику роль в творенні неологізмів: *freemale*, *clickjacking*, *crowdfunding*, *mailbomb*, *sandwichgeneration*. Серед політичних неологізмів є такі приклади: *Obamaworld*, *Hillaryland*, *gender-inclusive*, *deadname*.

- Творення неологізмів засобом аббревіації. Це відображає тенденцію до раціоналізації мови й забезпечує заощадження мовних зусиль мовця. Серед скорочень в англійській мові було виявлено такі: *MAGA* – *Make America Great Again*; *OH* – ‘other half’, дружина, чоловік чи партнер; *MOOC* – *Massive Open Online Course*; *REM* - *Rapid Eye Movement*;

- Акроніми. Утворення слів з початкових літер словосполучення, що об'єднано загальним сенсом. *ICE number* – ‘*In Case of Emergency*’, номер когось з близьких на випадок надзвичайної ситуації; *NEET* - *Not in Employment, Education, or Training*, *FANG* - *Facebook, Amazon, Netflix and Google*.

Практично всі складні слова-неологізми в семантичному плані є одиницями переосмисленими і, нерідко, ідіоматичними: *the front-runner* - лідер, *law maker* - законодавець, *mid-term election* - вибори після вичерпання половини строку [27].

Таким чином, визначено, що неологізми можуть бути утворені не лише шляхом додавання до вже наявного слова ще одного значення, запозиченням з

інших мов, утворення неологізмів за шаблонами, шляхом конверсій, утворенням складного слова, або через скорочення, на основі звукової подібності, а також засобом аббревіації. І якщо мова є відображенням життя народу, а лексика свого роду лакмусовим папірцем для соціальних і культурних змін, то можна припустити, що нові слова, якими б незвичними і безглуздими вони не здавалися для більшої частини суспільства, з'являються і стають популярними не випадково. Їх поява закономірна, так як вони йдуть пліч-о-пліч з новими ідеями і цінностями. Увага до причин і шляхів виникнення й поширення нової лексики та фразеології зумовлена необхідністю виявити закономірності в основі взаємодії процесів мовного оновлення та запозичення під впливом перекладу.

### **1.3 Лексичний бленд у текстах передвиборчої реклами у США**

Англійська мова – надзвичайно багата, виразна й сучасна; В її обігу тисячі слів, і багато з них з'явилися нещодавно. Мовна структура зазнає постійних змін: з'являються нові слова, а інші зникають, таким чином мова відповідає дійсності.

Завдяки своїй мобільності, лексичний склад мови швидко реагує на найменші зміни, що відбуваються в житті людей, відображаючи новітні досягнення в усіх сферах людської діяльності. Ера інформаційних технологій робить внесок не тільки в розвиток науки, а й в мовний розвиток, який ще ніколи не був настільки активний, в той час, коли мова є основним інструментом маніпуляції свідомістю мас [24]. Зміни, що відбуваються в політиці, відмова дотримуватися незмінних стереотипів, нові концепти та інший погляд на життя держави спричиняють появу чималої кількості неологізмів у передвиборчому дискурсі, зокрема блендингових одиниць.

Питанням блендингу як типу словотвору в англійській мові займалися ще з кінця XIX століття. В англійській мові першими яскраві приклади відображали гумористичну картину побуту суспільства в прозі та поезії Дж. Чосера, В. Шекспіра, Е. Спенсера, а особливо Л. Додгсона (Льюїса Керола).

Огляд сучасних робіт з лінгвістики що стосуються словотвору, зокрема прийому блендинг (J. Algeo, J. Kremer, R. Fischer, L. Bauer) демонструє, що до вивчення та дослідження того, що мають на увазі під блендом, доволі гнучкий підхід [36].

У лінгвістичній літературі цей спосіб утворення нових лексичних одиниць відомий також під назвами злиття, стягнення, вставний словотвір, гібридизація, контамінація телескопія тощо.

За своєю природою виникнення одиниці блендингу бувають власне обмовками та індивідуально-авторськими новоутвореннями, під якими розуміють не лише бленди, які створені відомими письменниками, але й слова, утворені носіями мови у щоденному й побутовому спілкуванні для досягнення певних цілей [6]. Такі обмовки характерні мимовільним й несвідомим висловлюванням й можуть бути спричинені: складною взаємодією мислення із внутрішнім та зовнішнім мовленням; тим, що в процесі підготовки висловлювання підсвідомість обирає ту чи іншу лексему або синтаксичну конструкцію, яка найбільш адекватно виражає думку чи поняття [39]. Тож, за вищевказаних умов досить важко зафіксувати абсолютно всі мовні новоутворення, що мають природу блендингу, через те, що їх кількість невинно зростає.

Блендинг зазнає широкого розповсюдження серед прийомів творення лексичного складу, адже відповідає двом вимогам, які стосуються засобів номінації – компактності та доцільності. Крім того, блендам притаманні такі ознаки, як експресивність та вмотивованість.

Оскільки такі блендингові одиниці не завжди фіксуються у словниках, для визначення їх значень використовують різноманітні методи, серед яких найбільшою популярністю користуються [14]:

1. Компонентний аналіз значення слова – може бути застосований до незначної кількості блендів, при цьому для пояснення значення необхідно зіставити їх з іншими словами, які входять з аналізованим словом в одне семантичне поле. Наприклад, бленд ‘brunch’ має спільне семантичне поле зі

словами, що позначають вживання їжі – *'breakfast', 'lunch', 'dinner', 'supper'*, в семантичній структурі яких можна виокремити такі денотативні компоненти значення.

2. Аналіз словникових значень. За його допомоги можна точно відшукати значення бленду, проте слова такого типу рідко фіксуються у звичайних словниках.

3. Метод асоціації. Сукупність асоціацій допомагає визначити його дефініцію, зокрема якщо два слова мають однакову дистрибуцію асоціативних реакцій, то їх значення або співпадуть, або є синонімами.

4. За контекстом. Вірне осмислення складових елементів блендингу, його смислових патернів й емоційно-експресивної забарвленості на основі певного контексту. Наприклад, бленд *«slacktivism»* у фразі *«such e-mail alerts make slacktivism easy»* (*«slacker»* і *«activism»*). Означає явище активності, яке не є ефективним й не несе за собою ніякої фізичної й матеріальної цінності.

Блендинг виникає з метою скорочення певних виразів, які здаються довгими й недолугими для сприйняття реципієнтом, особливо часто це зустрічається при багаторазовому повторенні тих чи інших понять. Часто їх можуть називати мовленнєвими помилками, однак, вони не завжди ними є. Характерними проявами блендингу на відміну від помилок є їх утворення переважно, як правило, в групі іменників; бленд – завжди нове слово.

Як зазначає Ю.А. Зацний, блендинг перетворився на динамічний засіб позначення комплексних понять тому, що завдяки «нерозчленованому найменуванню» подібні слова-гібриди відображають декілька явищ [17].

Блендинг – це один із прийомів структурно-семантичної трансформації, який полягає в поєднанні двох чи кількох стійких сполучень слів на основі значеннєвої, граматичної та функціональної спільності або без будь-якої спільності, результатом чого стає утворення індивідуально-авторського сполучення слів. Наслідком такої трансформації є поява неологізмів, а саме – лексичних блендів [43].

За Т. Р. Тимошенко, творення неологізмів-блендів відбувається за такими моделями, компонентами яких є:

1. перша половина першого слова і друга половина другого слова: *flexitarian* = *(flexi)ble* + *vege(tarian)*, вживається для позначення дієти, що не виключає м'ясо, але намагаються вживати його в мінімальній кількості.

2. перша половини першого слова і перша половина другого слова: *twapp* = *tw(itter)* + *app(lication)* – додаток соціальної мережі Twitter.

3. початок і друга половина першого слова і друга половина другого слова: *fa-bweeting* = *fa(ce)b* + *(t)weeting* – одночасно публікувати чи переглядати інформацію в Facebook та Twitter;

4. початок першого слова, початок другого, друга частина першого слова: *askillity* – *a(bi)lity* + *ski(ll)* – вчинок, за межами навички й здібностей;

5. складне поєднання трьох і більше слів: *Brexiety* = *Br(itain)* + *ex(it)* + *(anx)iety*, означає стан тривоги щодо виходу Британії з ЄС, який переживають противники програми виходу [36].

Серед блендів немало частку займають «гаплогісти», вони характеризуються наявністю загального звука на межі зіткнення поєднаних компонентів, тобто шляхом накладання звуків обох частин: *Chindia* = *Chi(na)* + *(In)dia* – Чиндія, місцевість, в якій населення китайців та індійців приблизно однакове; *Obamania* = *Oba(ma)* + *(ma)nia* - стан захоплення президентом США Бараком Обамою.

Основна частка слів-гібридів використовується в засобах масової інформації та в рекламі. Через свою незвичність та новизну в мовній структурі, вони привертають увагу і справляють певний прагматичний ефект на реципієнта. Блендинг відіграє важливу роль в сучасному політичному дискурсі, зокрема в передвиборчому, в мові публіцистики, тобто в тих стилях мовного спілкування, де тяжіння до оперативності викладу є особливо спостерігається.

Значення нового слова, утвореного за допомогою блендингу, повністю або частково включає в себе значення структурних компонентів, що входять до нього [15]. Нерідко в самій будові контамінованих утворень відчувається

прагнення передати каламбур, жарт, натяк. З такою інтенцією створені такі інноваційні одиниці як: *Trumpflation* = *Trump* + *(i)nflation* → означає занепокоєння тим, що інфляція може зрости за президентства Дональда Трампа; *frenemy* = *fr(iend)* + *enemy* → друг, що має приховані мотиви, *twindemic* = *twin* + *pandemic* → означає подвійну загрозу спалаху епідемії COVID-19 восени та взимку 2020 року .

В рамках передвиборчого дискурсу новоутворені слова приймають участь в реалізації головних функцій тексту – проінформувати, запевнити і змусити аудиторію прийняти певну точку зору, використовуючи прийом підвищення уваги. Фахівці, що пишуть тексти промов для державних діячів, намагаються якомога яскравіше використовувати неологізми. В такому разі, значно підвищується імідж політика, його авторитет серед громадян та довіра. Існує й протилежне явище. Промова складається таким чином, щоб навмисно підняти гвалт промовою діяча. Тому поява новацій зумовлена не лише соціальними, а й прагматичними потребами [8].

Стратегія ефективності промови багато в чому залежна від вживання тих чи інших словотворчих засобів, характерних для англійської мови в даний час. Для того, щоб бути на передньому плані, політику необхідно відповідати часу й підхоплювати тренди сучасного суспільства. Хоч мова політиків тяжіє більш до висловлювань, які є консервативними за своїми характеристиками, однак, інколи, діячі не цураються сленгових новотворів, якщо це, звичайно, має велику заохочувальну роль й не суперечить власному іміджу [11].

Адже політика явище дуже соціальне й повністю віддзеркалює нагальні проблеми людства. Влучне використання певних словотворчих моделей авторами може служити однією з показових характеристик виразного стилю і індивідуальності мови політика.

Політична мова налаштована на яскраве вираження думок, емоційне різноманіття та експресію. Вона дуже чутлива до змін у політиці та її ідеології, тому й громадсько-політичний сленг, як один із її складників, надзвичайно мінливий. На зміни у словниках дедалі активніше впливають не вчені, а

публіцисти. Саме їм нерідко доводиться вирішувати чи заслуговує назва, яка стихійно виникла в певному середовищі, широкої популяризації. Вони формують сучасні мовні норми, продукують нові слова [8].

Бленди часто використовуються задля надання оцінки діям політичних опонентів, представників різних партій і наданих ними пропозицій [30]. Активізація словотвору з використанням прийому блендингу у англomовній політичній сфері припадає зазвичай на період історичних подій в країні, наприклад, на передвиборчу кампанію. Бленди "*trumponomics*", "*trumpflation*", "*Hillarycare*", "*Killary*", що були використані у мовленні кандидатів, переважною мірою мають іронічний характер, підсилюють негативне ставлення та оцінку його діяльності та слугують одним із стилістичних засобів реалізації стратегії дискредитації опонента.

На основі вищевказаних положень про блендинг можна зробити висновок, що цей прийом є самостійним способом словотвору, якому характерні власні структурні та семантичні особливості. Найчастіше використовується для позначення нових реалій, які виникають на межі політичної, економічної та соціальної сфер життя. Являючи собою інформацію про дійсний стан речей в світі в контексті ставлення, емоцій і відносин, відображаючи прагматичну і соціокультурну специфіку сучасного англomовного дискурсу, основною метою якого є вплив на індивідуальну і масову свідомість за допомогою різноманітних мовних засобів. Головною ознакою неологічних одиниць є абсолютна новизна слова для більшості носіїв мови. Щойно слово починає активно вживатися, воно стає повноцінною лексичною одиницею, актуальною для суспільства.

## РОЗДІЛ 2

### СТРАТЕГІЇ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ ПЕРЕДВИБОРЧОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

#### **2.1 Особливості перекладу неологічних одиниць в текстах передвиборчої реклами**

«Неологічний бум» створює певні перепони для перекладачів й тлумачів, тож пояснення та фіксування нових слів в словниках надзвичайно необхідне. Словники відстають від змін в мовному складі, не встигаючи оновлюватися.

Завдяки глобалізації й міжнародним економічним, політичним, культурним обмінам мови здатні швидше засвоювати неологізми, які є одним з основних джерел збагачення лексичного складу певної мови. Появі неологізмів сприяє й науково-технологічний розвиток.

Однією з перекладацьких проблем є складність відтворення безеквівалентних одиниць, до яких належать авторські неологізми. Причинами існування труднощів при відтворенні авторських неологізмів перш за все є особливості словотворення у мові оригіналу і мові перекладу, та розбіжності у картині світу цих мов [10]. В ході міжмовних контактів, було створено ряд шляхів передачі авторських неологізмів.

Деякі неологізми політичного спрямування вимагають більше однієї перекладацької стратегії, які перекладачеві бувають невідомі. Тобто багато з них доводиться перекладати, одним із способів, і пояснювати одночасно. Нездатність охопити мовний фон через недостатнє знання мови-оригіналу чи недостатню досвідченість призводить до нерозуміння власне передбаченого автором значення політичних неологізмів. Відсутність предметних знань може стати серйозною проблемою в процесі перекладу. Стратегіями або техніками перекладу, які використовуються і застосовуються професійними перекладачами для передачі сенсу політичних неологізмів, є: функціональний еквівалент, культурний еквівалент, модуляція, компенсація та перефразування



[20]. Ці стратегії використовуються для передачі найважливіших елементів, що входять до англійських політичних неологізмів, до їхніх українських еквівалентів та для кращого розуміння читачами цільового тексту.

Розглядаючи англійсько-український переклад, маючи систематизовані знання про мову оригіналу й перекладу, треба підкреслити, що вони за своїм складом мають особливу багатозначність й створюють перепони для перекладача. Переклад багатьох понять надзвичайно пов'язано з контекстом. Тракувати їх можна лише за допомогою аналізу вихідного тексту й відповідності логічності понять.

Найчастіше перекладач змушений з'ясовувати значення неологізму з контексту. Відповідно до жанру тексту й значення неологізму буде іншим. Іноді також потрібно враховувати походження нового слова та асоціації, пов'язані з ним. І було б доцільніше, якби перекладач вів власний словник неологізмів. Що ж стосується передачі неологізмів у перекладі, то, як зазначають науковці, спеціальних прийомів перекладу не існує. Особливості кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить, тобто чи є воно терміном, синонімом до наявних слів, фразеологізмом і т.д [32]. З появою нового слова перекладачі спочатку дають кожен свій варіант перекладу, тому часто виникають непорозуміння, але згодом відбувається відбір найбільш близького за смисловим відтінками, й таким чином, в обіг входить лише один варіант перекладу.

Переклад неологізмів - це не просте завдання для перекладача, однак найбільше труднощів пов'язано зі з'ясуванням значення нового слова, адже переклад неологізмів, значення яких вже відомо перекладачеві, значно легший і здебільшого залежить від того, до якого типу слів належить певний неологізм. Перекладачі, тлумачі потребують постійного дослідження неології для вирішення конкретних неологічних проблем, що виникають внаслідок роботи з кількома мовами.

У процесі перекладу найважливіший його прагматичний аспект; тобто необхідно враховувати політичні, екологічні, соціокультурні, національні

«колорит» неологізмів. У процесі перекладу неможливо уникнути трансформації, але не слід забувати, що перекручення вихідної інформації або повне уникнення перекладу вважаються небажаними явищами [10]. Звісно, переклад не може повністю й вичерпно передавати всі стилістичні, семантичні особливості, однак, головне завдання перекладача – виконання адекватного перекладу та максимальне наближення до тексту оригіналу.

Переклад будь-якого тексту вимагає застосування перекладацьких трансформацій. Перекладацькими трансформаціями можна назвати способи перекладу, якими користуються тоді, коли відсутнє визначення в словнику й контексті. Перекладацькі трансформації можна поділяти в залежності від характеру перетворень на:

- лексичні (калькування, транслітерація, транскрибування);
- граматичні (поділ речення, дослівний переклад, граматичні зміни);
- комплексні лексико-граматичні трансформації (перетворення, що поєднують граматичні й лексичні трансформації, описовий і антонімічний переклад) [42].

Більшість нових слів належать до безеквівалентної лексики, а тому виникають труднощі під час їх перекладу українською мовою. Однак нами виявлено кілька сталих способів перекладу неологізмів:

1. Опис та роз'яснювальний переклад – переважний спосіб перекладу новоутворень. При цьому характерна відсутність певних відповідностей слова-оригіналу і його зміст передається за допомогою трансформованого у відповідний спосіб контексту: *step-president* – президент однієї країни, який приймає важливі рішення для іншої країни, рішення якого прийнятні й обов'язкові; *zoombooming* – раптове вторгнення Інтернет-хуліганів у відео конференцію з демонструванням непристойних, нецензурних, расистських та інших матеріалів, що стає причиною закінчення розмови; *crybully* – «псевдо-жертва», що шантажує та маніпулює іншими; *gerublitar* – розумово відсталий республіканець; *repuke* - неоконсервативний член Республіканської партії США; *Jexodus* – політична кампанія проти членства євреїв в Демократичній

партії; *clique stalking* – потайки дізнаватися про друзів людини в соціальних мережах.

2. Приблизний переклад – спосіб перекладу, за якого використовуються лексичні одиниці мови перекладу, які можуть частково відповідати безеквівалентній лексиці мови оригіналу. Наприклад, *lockdown* – карантин; *buddy* – друг, товариш; *post* – допис; *to direct* – обмінюватися приватними повідомленнями в Instagram.

3. Транслітерація або транскрипція - вид перекладу передбачає відтворення форми лексичної одиниці оригіналу за допомогою літер мови перекладу. Таким чином, запозичене слово стає фактом мови перекладу і виступає еквівалентом ідентичного з ним іншомовного слова: *Euroscepticism* – Євроскептицизм; *slacktivism* – слективізм; *infodemic* – інфодемія; *feminocracy* – фемінократія; *Brexit* – Брекзит; *Bidenomics* – Байденоміка; *Trumpflation* – Трампфляція.

4. Калькування – перекладацька трансформація, що передбачає заміну складових частин лексичної одиниці оригіналу або цілого слова їх лексичними відповідниками в мові перекладу: *cancel culture* – культура скасування (онлайн-феномен бойкоту громадських діячів, які говорять або роблять неправильні (на думку інтернет-спільноти) речі); *WFH* (work from home) – робота з дому; *MAGA* - Зробімо Америку великою знову; *tweetstorm* – твіт-шторм.

5. Пряме включення – спосіб перекладу, який передбачає використання англійського слова в його початковій формі. Наприклад: *AirPods*, *iPod touch*, *Bluetooth*. Часто на сторінках періодичної преси можна зустріти слова, що складаються з двох частин: англійської, зі збереженням оригінального написання, і українського еквіваленту: *web-дизайнер*, *SMM-менеджер*, *SEO-менеджер*, *HR-директор* [42].

Досліджуючи неологізми як об'єкт перекладу, необхідно вказати, що найбільш інформативним способом їх перекладу є описовий. Це зумовлено його детальним поясненням поняття. Однак, при використанні цього механізму динаміка мови перекладу не змінюються, адже трансформація

здійснюється за допомогою вже наявних у мові кодів, що перекладають значення поняття, а не сам термін.

У сучасній англійській мові нерідко доводиться поєднувати описовий переклад з іншими способами передачі неологічної лексики. Це дає можливість стисло й економно застосовувати засоби вираження, властиві транскодуванню або ж калькуванню, з поданням семантики певної одиниці, яка реалізується за допомогою описового перекладу [14]. Одноразово пояснивши значення певної лексичної одиниці, перекладач надалі може застосовувати транскрипцію або кальку, зміст яких вже зрозумілий реципієнту. Приклади поєднання описового методу з транслітерацією та транскрипцією: *Berniebros* – Бернібро, молодики, що підтримують Берні Сандерса на президентських виборах США.

Окреме місце у даній категорії займають ідіоматичні новоутворення, такі як: *to whitesplain* – співчуття стражданням людям іншої раси, за їх дискримінацію; *naked ballots* – бюлетені відправлені поштою без конверту, що забезпечує таємницю голосування. Адекватний переклад яких можливий лише описовим шляхом, оскільки такі новоутворення тільки починають входити в мову і значення їх є невідомим для носія української мови. Еквівалентний переклад таких одиниць стане можливим тоді, коли ці нові слова закріплюються у словниках англійської та української мов.

Блендинг й словоскладання вважають результативними й зручними методами творення неологізмів. В матеріалах дослідження були виявлені неологізми, утворені таким способом: *TeePartialism* – зменшення кількості й частоти вживання алкоголю; *voluntourism* - благодійний туризм, де мандрівники беруть участь у добровільних роботах; *meninist* – менініст, рух чоловіків, що виступають за рівність прав чоловіків. Як бачимо, незважаючи на те, що ці слова утворені за допомогою блендинг й словоскладання і могли б перекладатися відповідно додаванням двох основ або окремих частин слова, вони перекладаються описовим способом, оскільки перетворення надають нового значення слову. Можна було б перекласти слова за допомогою транслітерації, але все рівно довелося б давати пояснення до його значення.

Однією з функціональних особливостей використання неологізмів є мовна економія. При перекладі новотворів спростити висловлювання вкрай важко, адже таким чином текст перекладу втрачає свою лаконічність, що є не головним, але доволі важливим фактором текстової прагматики [28].

Власне Дональд Трамп за чотири роки, будучи на посаді, закарбував у лексичному складі англійської мови чимало слів, які згідно прізвища автора названі «трампізмами».

Запис у Twitter: *'Despite the constant negative press covfefe'*. Слово *covfefe* стало асоціюватися з друкарськими та граматичними помилками в соціальних мережах з боку Дональда Трампа та інших громадських діячів.

В цьому дописі вводиться термін *Extreme Vetting*, що означає безкомпромісну перевірку: (10) *'I have just ordered Homeland Security to step up our already Extreme Vetting Program. Being politically correct is fine, but not for this!'* ([www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com), October 31, 2017)

Щодо авторських неологізмів кандидатів у президенти, слід зауважити, що здебільшого ці одиниці мають вузький спектр вживання, що є перешкодою для закріплення у мовному складі. Такі неологічні одиниці є спонтанним явищем, зазвичай відіграє роль синонімічної одиниці [49]. Згідно передвиборчих стратегій, зокрема стратегії викриття опонента, неологізми такого призначення існують тільки в передвиборчому дискурсі й не мають подальшого майбутнього.

Як один із здобутків проведеного дослідження – розроблення ряду рекомендацій щодо перекладацької діяльності, які є необхідні й корисні для дотримання в процесі перекладу англійських неологізмів.

По-перше, переклад англійських політичних неологізмів повинен здійснюватись перекладачами, які ознайомленні та обізнані в культурних особливостях як вихідної мови, так і цільового мови перекладу, оскільки розуміння культурного контексту допомагає перекладачам передавати повідомлення без спотворень [51]. Тож мова є невід'ємною частиною культури;

безпомилкову передачу політичних неологізмів неможливо досягти без урахування культурного підґрунтя.

По-друге, рекомендовано провести деякі дослідження щодо політичних неологізмів, які вони збираються перекладати, перш ніж робити власне тлумачення вихідного тексту. Перекладачам важливо мати довідкову інформацію, що стосується тематики певних політичних неологізмів для досягнення розуміння їх концепції, щоб в кінцевому результаті адекватно відтворити повідомлення [10]. Коли перекладачі розуміють контекстні передумови тексту оригіналу, це надає їм деякі підказки щодо значення та допомагає «відчувати» текст та краще вибрати точне формулювання для передачі сенсу, який вклав у повідомлення автор.

По-третє, перед початком перекладацького процесу перекладачі повинні прочитати, опрацювати та всебічно проаналізувати текст з перекладацької точки зору, оскільки це єдиний спосіб забезпечити повне та коректне розуміння вихідного тексту [7]. Ви повинні опрацювати текст не для себе, а для того, щоб зробити можливим його відтворення для іншого читацького кола в іншій культурі.

Варто зазначити, що отримання перекладацького відповідника політичних неологізмів без урахування його контекстного вживання викликає суттєві складнощі. Тому перекладачі, як митці, повинні відчувати загальний стиль вихідного тексту та належним чином застосовувати перекладацькі прийоми для найбільш відповідної рівноцінності висловлювання. Робота з різноманітними довідковими джерелами та власні фонові знання політичної тематики компенсують брак словників та глосаріїв.

Адекватність перекладу зумовлюється не лише знанням алгоритмів іншої культури, але й перетином ментальних просторів автора вихідного тексту та перекладача. При цьому варто пам'ятати, що ментальні простори індивідів ніколи не будуть повністю збігатися, адже вони визначаються суто індивідуальними знаннями та уявленнями про мовні культурні поля, реалізуючись індивідуальним вербальним кодом. Проте, індивідуальні

ментальні простори володіють деякими спільним перетином точок, що безпосередньо впливають на якість та повноцінність перекладного тексту [23]. Переклад буде тим вдалим, чим ширшими є зони перетину ментальних просторів автора вихідного тексту і перекладача [52]. Таким чином процес встановлення та добору перекладацьких засобів для успішності перекладу значною мірою несе в собі творче начало.

При перекладі неологічних одиниць перекладач повинен залучити ряд компетенцій, вмінь та навичок для того, щоб ідентифікувати такі одиниці в тексті, виконати їх структурно-семантичний аналіз, віднайти їх стилістичні особливості та зрештою трансформувати закладений зміст та виявлені характеристики у відповідний мовний код.

Так як значення неологічних одиниць не завжди зафіксовано у словниках, для його визначення користуються методом компонентного аналізу, асоціацій, аналізу словникових значень та контекстуальним. Варто підкреслити, що в процесі перекладу неологізмів перекладач може зіткнутися зі складнощами різного ступеня продуктивності певних моделей словотвору в мовах оригіналу та перекладу, з необхідністю креативного підходу при перекладі подібних новоутворень, а також з хибним асоціаціями щодо неологічної одиниці, що є проблемою для подальшого дослідження.

## **2.2 Процес імплементації неологізмів та їх стратегічне мовленнєве значення в англійському передвиборчому дискурсі 2020 року в США**

Як вже зрозуміло з теоретичної частини роботи, неологізація мови – процес неминучий, необхідний для того, щоб на кожному етапі свого розвитку мова могла відповідати потребам суспільства як у спілкуванні, так і в закріпленні результатів пізнання дійсності, в розвитку та збагаченні культури народу. Мова не статичне явище, вона постійно знаходиться під впливом своїх головних споживачів – людей. Тож, поки будуть люди – буде мова.

Новий антропоцентричний підхід до вивчення мови та мовних явищ загалом і неологізмів зокрема, який має на меті простеження взаємодії між

процесом творення нових слів та їхнім використанням у певному комунікативному акті, спричинює посилення інтересу мовознавців до вивчення мовних явищ з точки зору їх функціональної необхідності в мовленнєвій діяльності.

Саме політичний дискурс є однією із сфер, де використання неологізмів зумовлюється специфікою та прагматикою мовлення, характеризується інтенсивним процесом оновлення лексичного складу мови. Політичні новотвори використовуються не тільки політичними діячами, а й різними верствами населення, які беруть активну участь в політичній та громадській сферах життя суспільства [35].

Неологізація мовлення підіймає проблеми й питання, що турбують громадян, на загальний огляд, зосереджуючи увагу на поняттях й явищах, що раніше не були визначені. Тож, це вказує на те, що зв'язок соціально-політичних змін з появою неологізмів в політичному дискурсі існує.

Слід зазначити, що виникнення подібних одиниць у дискурсі спричинено не тільки потребою в створенні нових найменувань для нових явищ соціальної дійсності. Загалом створення неологізмів визначено причинами прагматичного характеру, такі як оцінка певної події або явища адресантом, його бажання змусити адресата прийняти певну точку зору, стратегії, що обираються адресантом для досягнення цієї мети. Деякі дослідники політичного дискурсу вважають використання нових слів доволі ефективною стратегією переконання. Найбільш очевидна прагматична спрямованість неологізмів, коли вони містяться в так звану „сильну позицію” або „напружену структуру” [14].

Політичні метаморфози в державі, такі як зміна уряду чи влади, провокують поживлення в суспільстві, а також неоднозначну реакцію. Ці події потребують від мови утворення спеціальних термінів і виразів, найбільш часто вони виступають в ролі неологізмів й мають нетривалий термін вживання, як правило. Незважаючи на короткочасність свого існування, вони відповідають законам, правилам і тенденціям словотвору [37].



Безперечно, процес появи нових елементів в лексичному складі – постійний та безперестанний, проте значною мірою його пожвавлення відзначається лише в окремі періоди розвитку мови. До них належать насамперед періоди бурхливих соціально-політичних та економічних трансформацій у суспільстві: революції, реформи, повстання, мітинги, демонстрації та політичні кампанії. Так, наприклад, в Сполучених Штатах Америки резонансною подією, що спричиняє появу нових слів з величезною швидкістю й частотністю, є передвиборчий процес. Особливого оновлення лексичний склад мови в сфері політики зазнає кожні чотири роки, відповідно до ходу виборчого процесу та активного ведення політичних кампаній боротьби за владу.

Парадоксальність появи політичних неологізмів в тому, що вони повинні легко розпізнаватися реципієнтом, маючи при цьому елемент новизни. Це пояснює той факт, що створення вдалої новації напряму залежить від використання вже існуючих компонентів в словотворі, при цьому, беручи до уваги шаблони творення слів загальнонаціональної мови. Під час словотвору необхідним етапом є переосмислення значення та зміна полярності оцінки його компонентів. Для того, щоб забезпечити ефективність новотвору в комунікативних актах, потрібно враховувати гармонійність зовнішньої та внутрішньої форми слова, і його семантичне значення.

Для нового слова в реченні характерна інформативно-сильна позиція. Це зумовлено тим, що нова інформація, яка представлена в новій одиниці мовлення, або сформованій автором у процесі комунікативного акту, або просто відтвореній ним як нове, невластиве (хоча вона вже могла існувати в мові й до цього мовленнєвого процесу), повинно бути певним чином „подано”, введено в речення та висловлювання [27]. В такому випадку, в узгодженні з власними поглядами та цілями, автор бере до уваги різні стратегії імплементації неологічної одиниці в мовленнєвий процес.

Вживання неологічних одиниць в засобах масової інформації створює прецедент, який потім активно вживають пересічні мовці, якщо лексема влучно

відображає назване поняття чи явище. Втраті новизни також сприяють ЗМІ, постійно вживаючи інновацію в своєму мовленні. Тож, такі слова як *smartphone, cookies, brunch, to google, to like* звучать досить звично в мовному потоці й не викликають питань щодо їх значення [44].

Маніпулювання – явище, яке існує й проявляється майже в усіх соціально важливих галузях життєдіяльності людини. Мовленнєва маніпуляція означає використання мовних інструментів, особливостей й принципів задля прихованого впливу на адресата так, як потрібно адресантові. За напрямком маніпуляції бувають колективні й міжособистісні [25]. Для політичного, а саме передвиборчого дискурсу більш поширеним є звертання до тактики пригнічення волі людей засобами духовного впливу через програмування їхньої поведінки, впливу на психосоматику, прихована зміна думок і поглядів в необхідному напрямку, до всього того, що підпорядковано колективній маніпуляції [5].

Мовлення політичних діячів зумовлено наявністю стратегічного мислення з власними перспективами на майбутнє. Стратегія – це загальний, глибинний план досягнення мети мовця, з окресленими напрямками промови. Відповідно до своєї стратегічної мети, адресант змушений добирати факти, а ще й показувати їх під потрібним кутом за допомогою різноманітних мовних засобів.

Стратегія, в політичному дискурсі, поряд з іншими факторами працює на створення задуманого політиком іміджу. Політик, як правило, обирає для себе роль та відповідну їй мовленнєву "маску" [8].

Одна з найважливіших стратегій політичного дискурсу – стратегія ідентифікації, тобто уподібнення політика з народом. Ефективна переконлива комунікація спрямована на навіювання адресату думки, що кандидат – "своя", близька до народу людина. Мовними засобами імплементації вказаної стратегії в американському політичному дискурсі є використання, зокрема розмовної й просторічної лексики [50].

Наразі населенням легко керувати через наявність залежності людей від світових інноваційних технологій, соціальних мереж. Під час кожної виборчої гонки все більше людей звертаються до Інтернету за інформацією про політику та суспільство, а для кожної виборчої гонки політтехнологи політичних партій та кампаній все більше зосереджуються на агітації на Інтернет-платформі. Свобода слова й свобода думки набула чи не найбільшого значення серед їх користувачів. Безліч небайдужих людей переймається подіями в сфері політики, тож будь-які зміни – це масштабна тема для обговорення. Матеріалів для дискусій теж чимало: починаючи від публікації впливових діячів, інтерв'ю, закінчуючи коментарями до дописів в популярних соціальних мережах, таких як Twitter, Facebook, Instagram. Кожен має право на висловлення думки, то ж в наш час, це можна зробити відкрито й прозоро, насамперед у зручній та прямий спосіб. Пряма взаємодія між населенням й політичними діячами досягла своїх здобутків, впливовість на електорат колосальна. Самі виборці мимовільно працюють на політиків, роблячи галас довкола їх особистості та їх політичної кампанії, підвищуючи їх рейтинг.

Ведення політичної стратегії ідентифікації характеризується вживанням мовних зворотів, що спонукають адресата уособлювати себе мовцем, з його позицією та ідеями, викликати відчуття пов'язаності та одностайності [53]. Особливість стратегії полягає у вживанні присвійних та особових займенників, що сприяє створенню колективної ідентичності суспільства, посиленню важливості на основі спільності інтересів з політичною програмою кандидата. Таким мовним інструментом можна нав'язувати свою впливовість більшості.

(1) *Now you can understand why China would much rather see **Sleepy Joe** than Donald Trump. But as long as I'm President, we will never waver in our undying loyalty to the American worker and to our country as a whole (The White House, September 7, 2020). - Тепер ви можете зрозуміти, чому Китай більш схильний до **Сонного Джо**, ніж до Дональда Трампа. Але до тих пір, як я президент, ми ніколи не похитнемося у своїй безкінечній вірності американському робітнику і нашій країні в цілому*

Уривок з промови Дональда Трампа, що присвячена привітанням до Дня Праці поєднує в собі стратегію ідентифікації – повторюване вживання займенника *we*, що відображає єдність діючого президента й кандидата в президенти зі своїм народом та його представниками у владі; також, тут Дональд Трамп не забув скористатися можливістю дорікнути своєму головному супротивнику на президентських виборах Джо Байдену, назвавши його *Sleepy Joe*, підкресливши ще раз свою здатність боротися за благополуччя США, тим самим використавши стратегією знищення опонента.

Наявність протилежних сторін спонукає адресанта обирати таку тактику оптимальної реалізації мовленнєвих інтенцій, щоб в підсумку максимально применшити статус опонента й підвищити власний статус. Наявність адресата-спостерігача, яким є потенційний виборець, обумовлює ведення гри на глядача. В результаті, адресант намагається зробити процес спілкування видовищним, залучити опонента в процес гри, викликаючи в адресантів емоційний відгук. Під впливом цих факторів у політичному дискурсі формуються певні мовленнєві стратегії.

Критика й знищення свого опонента Дональдом Трампом Джо Байдена, 78-річного кандидата в президенти Сполучених Штатів, представника демократичної партії, рясніє багатьма неологізмами в промовах опонента.

Дональд Трамп як особистість доволі екстравагантна в своїх спічах. З цих промов зрозуміло, що він тяжіє до використання ярликів, нікнеймів на політичній арені. Тож, він не був скутий й жадібний до свого головного суперника та до навішування на нього оцінювальних прізвиськ. В арсеналі Дональда Трампа чимало таких, основна частка розміщена на його сторінці в Twitter.

*(2) Can you believe what's happening!? They give **Joe Biden**' the questions, and he reads them an answer!(ABC News, October 16, 2020) - Чи можете ви повірити, що відбувається !? Вони ставлять запитання Джо-маскувальнику, а він зачитує на них відповідь.*

Називаючи свого опонента *Joe Hiden* – «Джо-маскувальник», Д. Трамп насміхається над тим, що на відміну від нього він носить маску (в умовах пандемії) й веде передвиборчу кампанію з дому через те, що знаходиться в групі ризику через свій поважний вік. Утворене прізвисько за умов співзвучності його фамілії *Biden* й дієслова *to hide* – ховатися.

У парадигмі подібності значень, котра включає неологізм, реалізується так званий «ефект нагнітання ознаки». Відоме слово ніби створює необхідні умови для появи іншого, нового, більш яскравого, «неологічно сміливого», у якому ознака, позначена першим словом, знаходить посилене й більш виразне звучання. Найбільш вразливими до ефекту підсилення ознаки виявляються синонімічні одиниці, які перебувають у контактній позиції. Пошук нового, більш прийняттого й влучного слова проходить процес зіставлення одиниць, близьких за змістом, відштовхуючись від більш звичного, стандартного позначення, присутність якого не тільки допомагає краще усвідомити й оцінити зміст неологізму, але й ввести її у висловлювання.

(3) *Great! Biden is finally being forced out of his basement. Now you'll be able to see what is going on "up there". He may do some "limited" campaigning. **Basement Biden** is no longer playing well in the Polls!* (Refinery 29, September 8, 2020) - Чудово! Нарешті Байдена змушують вийти зі свого підвалу. Тепер ви зможете побачити, що відбувається «там нагорі». Він може провести якусь «обмежену» агітацію. **Байден «з підвалу»** більше не має успіху в опитуваннях!

Знов критика сипалася зі сторінки Трампа в Twitter, засуджуючи те, що він «переховується» від свого електорату. Попри те, що в США вже півроку діяли обмеження щодо публічних зібрань, Дональд Трамп нехтував соціальної дистанцією й зібрав близько 1500 гостей без заходів особистого захисту на території Білого Дому для проголошення промови на Республіканському Національному Конгресі. Однак, засудження свого опонента, називаючи *Basement Biden* з метою осуду, навпаки підбурили громадськість й не зіграли на власну користь.

Промову Джо Байдена в Манкато, штат Мінесота, Дональд Трамп охарактеризував як: (4) *That was **O'Biden** as I call them. That was Obama and Biden. It's short, I like that term **O'Biden**.* (Second 2020 Presidential Debate between Donald Trump and Joe Biden) - *Це був **О'Байден**, як я їх називаю. Це були Обама і Байден. Стисло, мені подобається цей термін - О'Байден.* Адресат самостійно пояснив сосіб утворення в своєму висловлюванні, вказавши на ідентичність двох осіб та їх симбіоз, це пов'язано з тим, що Байден був віце-президентом при Барак Обамі.

Спосіб подання неологізму у висловлюванні здійснено згідно катафори - форми організації висловлювання. Виступаючи в катафоричній функції, нове слово відноситься до всього подальшого висловлювання, передбачаючи й актуалізуючи у своїй значеннєвій структурі все, що буде сказано в подальшому. Іноді, особливо при введенні нових термінів, речення з неологізмом у катафоричній функції нагадує словникову дефініцію. Так як ми це бачимо на прикладі вище.

(5) *I think he is the weakest mentally. I like running against people that are weak mentally. I think Joe is the weakest up here ... I think Joe is a man who is — I call him **1% Joe**. Until Obama came along, he didn't do very well.* (The White House, June 11, 2019) - *Я вважаю, що він психічно найслабший. Мені подобається виступати проти людей, слабких психічно. Я думаю, що Джо тут найслабший ... Я думаю, що Джо - людина, яка є - я називаю його **1%** за Джо. Поки Обама не прийшов, він був так собі.*

Окрім того, що в цьому висловлюванні вказано на розумову відсталість опонента, так до того згадуються минулі невдачі Джо Байдена при балотуванні в президенти 2008 року, коли той набрав 1% голосів від загальної кількості – звідси й походить значення неологізму, утворене за допомогою поєднання символічного значення з іменем кандидата. Знов наголошується на його нікчемності без Барака Обами, що той був ніким в політиці до нього.

(6) *In 2016, millions of hard-working Americans, like you, were called 'deplorable.' Now, the Left is calling you “**DESPICABLE**.” What's really despicable*

*is the gross double standard the corrupt Democrats are giving **QUID PRO JOE** (Unify Feed, September 29, 2019). У 2016 році мільйони працюючих американців, як і ви, були названі «злиднями». Зараз ліві називають вас «одіозними». Що насправді одіозно - це подвійний подвійний стандарт, який діє по відношенню до корумпованих демократів які діють за **принципом QUID PRO JOE (послуга за послугу від Джо Байдена).***

В цій заяві Дональда Трампа порушується проблема скандальних зв'язків України та її впливу на президентські вибори у США. Зв'язки сина кандидата в президента Хантера Байдена, члена ради директорів української енергетичної компанії Burisma зі схемами виведення коштів з українського бюджету на рахунки американських інвестиційних фондів. Таким чином quid pro quo, що в перекладі означає послуга за послугу, викриває можливу причетність безпосередньо самого Джо Байдена згідно заяв Трампа 'Quid pro Joe'.

В заяві старшого радника передвиборчої кампанії Дональда Трампа Катріни Пірсон, з'являється прізвисько і для потенційного віце-президента Камали Харріс:

*(7) Not long ago, Kamala Harris called Joe Biden a racist and asked for an apology she never received. Clearly, **Phony Kamala** will abandon her own morals, as well as try to bury her record as a prosecutor, in order to appease the anti-police extremists controlling the Democrat Party. In her failed attempt at running for president, Kamala Harris gleefully embraced the left's radical manifesto, calling for trillions of dollars in new taxes and backing Bernie Sanders' government takeover of healthcare. She is proof that Joe Biden is an empty shell being filled with the extreme agenda of the radicals on the left. (Newsweek, October 7, 2020) - Не так давно Камала Гарріс назвала Джо Байдена расистом і попросила вибачення, якого так і не отримала. Очевидно, що **Фоні Камала** відмовиться від власної моралі, а також спробує поховати свої записи прокурора, щоб заспокоїти антиполіцейських екстремістів, що контролюють Демократичну партію. У своїй невдалій спробі балотуватися в президенти Камала Гарріс із радістю прийняла радикальний маніфест лівих, закликаючи ввести трильйони доларів*

*нових податків і підтримати уряд Берні Сандерса у сфері охорони здоров'я. Вона є доказом того, що Джо Байден - порожня оболонка, наповнена надзвичайною програмою радикалів лівих.*

*Phony Kamala* – вираз, що викриває дволикість її особистості. Правда полягає в тому, що Камала Харріс після своїх обвинувачень стала соратником – дуже обговорювана тема.

Передвиборча комунікація, що має спільні риси із рекламним дискурсом, представлена засобами масової інформації таким чином, щоб електорат визначив — переможця, що і спонукає учасників користуватися антагоністичними стратегіями, підсилюючи свій вплив, покращуючи свій імідж та завдаючи шкоди іміджеві опонентів. Кожен кандидат обирає таку лінію дискурсивної поведінки, яка допомагає йому домогтися влади. Таким чином, єдиній меті – боротьбі за владу, слугують і комунікативні стратегії у рамках політичного дискурсу.

Промови Джо Байдена не рясніють засудженням опонента, використанням прямої критики особистості й публічними образами. На противагу, передвиборча кампанія Дональда Трампа характеризується використанням стратегії викриття опонента. В його промовах з'являються добірні неологічні прізвиська Джо Байдена. Вони доволі примітивні. Автор бере за матеріал все, що лежить на поверхні й так усім відомо, тільки без особливих зусиль, наголошуючи й підкреслюючи некомпетентність та кваліть свого суперника.

Такі мовні несподіванки допомагають мовцям підсилити важливість сказаного в промовах, бути унікальними й обговорюваним. Вчинення галасу довкола себе чи свого опонента – одна з продуктивних передвиборчих стратегій.

Вживання неологічних одиниць багато в чому залежить від статусності адресата. Тож, якби хтось з простих громадян придумав би подібне прізвисько до будь-кого з кандидатів, процес імплементації в мову займав би багато часу або взагалі не прижився. Тож, велику роль відіграють канали поширення



подібних неологічних одиниць. Так як вищенаведені приклади висвітлювались у ЗМІ, офіційних сторінках передвиборчих кампаній, на телебаченні, то набули найефективнішого засвоєння в мові, та головне, розуміння їх і відтворення в суспільстві.

З часів приходу до влади Дональда Трампа на президентських виборах 2016 року, весь свій строк за думкою американців з президентом відбувалися метаморфози, а саме перетворення на «монстра» республіканською партією власноруч, й давши йому прізвисько *Trumpenstein*. Неологізм з'являється в заголовках американських Інтернет-видань: (8) *Republicans created their Trumpenstein monster. It's up to them to do something about it* (The Pennsylvania Capital-Star, February 21, 2019) – *Республіканці власноруч створили монстра Трампейштейна. Це тепер їх справа, як цьому зарадити.*

Ця нова лексична одиниця створена за методом блендингу, поєднує в собі обидва семантичні значення. Утворення *Trump + (Frank)enstein* стає символом найгірших проявів президентської політики, що складається з упередженого ставлення в поняттях расизму, сексизму й ксенофобії в поєднанні з власним марнославством й фальшем, зокрема ненависті до суспільного руху *BLM (Black Lives Matter)*. Своє ставлення до цих подій виражає в наступному висловлюванні: (9) *'That was the first time I ever heard of Black Lives Matter. I said, that's a terrible name. It's so discriminatory, it's bad for Black people, it's bad for everybody'* (Axios, September 1, 2020) - *Тоді я вперше почув про рух Життя чорних важливі. Я сказав, це жахлива назва. Це настільки дискримінаційно, це погано для чорношкірих, це погано для всіх.*

Прихильників політичних поглядів Дональда Трампа називають *Trumpzee* від слів *Trump + Chimpanzee (Трампанзе)*. Під цим неологізмом розуміють особу, з інтелектом печерної людини, яка сліпо вірить брехні й дотримується тривіальних ідей, навіть коли вони їй не на користь. Таким поняттям характеризують лютих прихильників Трампа, що не терпимі до критики їх ідола.

Отже, через комплексне явище трансформацій загальномовного й індивідуально-авторського лексичного складу спостерігаються динаміка змін й формування мови суспільства. Процеси неологізації є притаманною характеристикою лексичного складу сучасної англійської мови. Безеквівалентність тих чи інших явищ та понять стає причиною творення нових комунікативних одиниць. Механізми творення нових слів мають специфічну природу і використовуються мовцями як стратегії переборювання комунікативних труднощів. Екстралінгвальні чинники є фактором утворення нових лексем з метою мовної економії, експресії чи новизни [53].

Новотвори використовуються для посилення прагматичної спрямованості мовлення, збільшення впливу на адресата. Динамічність процесів неологізації лексичного складу англійської мови створює передумови для подальших наукових пошуків, зокрема перспективними є дослідження гібридного словотворення неологізмів, а також порівняльне вивчення новотворів у різних мовах.

Варто зазначити, що мовець використовує певні стратегії введення нового слова у комунікативний акт. Метою використання різних способів і прийомів введення мовного новотвору є бажання адресанта створити необхідні умови для розуміння й декодування нової інформації адресатом. Кожний політичний текст є кінцевим результатом конструктивного процесу, коли автор виробляє мовну структуру, котра могла б відповідати комбінації комунікативних й пізнавальних завдань, використовуючи безмежні мовні ресурси.

Дослідження механізмів імплементації неологізмів у висловлювання, визначення особливостей їхнього функціонування, дають можливість виокремити фактори, що мають вплив на неологічну активність мовця, і продемонструвати яким чином присутність неологізму задає структурно-семантичні й комунікативні характеристики висловлювання.

### 2.3 Специфіка перекладу блендингових одиниць політичної реклами

Політична реклама - це заходи та засоби, спрямовані на модифікацію політичної поведінки суспільства або його частини в умовах політичного вибору. Політична реклама є одним з найбільш важливих та впливових інструментів проведення політичних кампаній, що надає суб'єктам політичного процесу широкі можливості для впливу на свідомість електорату.

Політичні тексти створюються в узгодженні зі стратегіями та тактиками, які слугують для досягнення комунікативної мети. Одним із способів їх втілення є залучення мовних жанрів, наприклад, таких: агонально-аргументативних й агітаційних, що мають колосальне значення в процесі передвиборчої реклами [6].

Агонально-аргументативний мовний жанр забезпечує полілогічну взаємодією політиків, в комунікативних актах на прес-конференціях, передвиборчих дебатах та політичних ток-шоу. Безпосередньо сам кандидат працює над своїм іміджем, беручи активну участь в подіях політичного характеру із залученням ЗМІ, представляє власні погляди щодо нагальних проблем країни.

На відміну від вищевказаного жанру, агітаційний функціонує в період передвиборчих кампаній для спонукання електорату до участі в голосуванні та підтримки кандидата. Агітаційна функція передвиборчого дискурсу втілюється в агітаційних слоганах, листівках та в політичних виступах кандидатів.

Таким чином, в цих жанрах політичного дискурсу переслідуються такі прагматичні завдання для забезпечення успішної кампанії, як: ознайомлення з кандидатом, здобування довіри електорату, створення позитивного іміджу, заклик обрати власну кандидатуру.

На своїй сторінці в Twitter Дональд Трамп опублікував запис: *The (11) 'Jehodus' movement encourages Jewish people to leave the Democrat Party. Total disrespect! Republicans are waiting with open arms. Remember Jerusalem (U.S. Embassy) and the horrible Iran Nuclear Deal!* (The Washington Post, March 22, 2019)

*Jexodus* – бленд *Jewish* та *exodus* чи “*departure.*”. Цей термін проблематичний, оскільки *Exodus* є ключовою історією в єврейській культурі та релігії про звільнення давніх ізраїльтян від рабства в Єгипті; це слово означає, що американські євреї – раби демократичної партії.

В цьому висловлюванні бленд *Jexodus* слід перекладати за допомогою транслітерації. Пояснювати додатково описовим способом не стає необхідним, оскільки мовець додав деталей, що це означає «рух». Тож, «*Рух "Джескодус" підбурює єврейський народ покинути Демократичну партію. Це повна неповага! Республіканці чекають з розпростертими обіймами. Згадайте Єрусалим (посольство США) та жахливу ядерну угоду Ірану!*». За контекстом розуміємо, що цей рух проти єврейського народу в партійному членстві Демократичної партії.

В своїй політичній промові щодо Affordable Care Act, Джо Байден обіцяє покращення з боку змін в медичній реформі, про це стає відомо з уривку: (12) ‘*This is my commitment to you. I’ll protect and build on the Affordable Care Act, so that you can keep your private insurance or choose a Medicare like option. You can make it stronger. I’m going to make it stronger with your help to lower premiums and deductibles. And out-of-pocket expenses. We’ll bring down drug prices, but almost two thirds by taking steps such as allowing Medicare to negotiate with the pharmaceutical companies who are making billions of dollars, making the price lower. When they negotiate, Medicare says, “We’re only going to pay you X amount for the following medicines.” That will lower prices drastically making it available to everyone.*’ (The Wall Street Journal, October 28, 2020)

Слово-бленд *medi(cal) + care = Medicare* перекладається за допомогою транскодування, а саме звуконаслідування. Під терміном розуміють американська федеральна програма медичного страхування, розрахована на осіб старше 65 років і на деякі груп інвалідів та хворих. Агітаційне навантаження повідомлення спостерігається в обіцянках кандидата покращення медичних умов.

«Це моє зобов'язання перед вами. Я захищатиму й буду спиратися на Закон про доступну медичну допомогу, щоб ви могли зберегти приватну страховку або, як варіант, обрати Медікер. Ви можете це покращити. Поліпшити я з Вашою допомогою збираюся, знизивши надбавки й франшизи. І власні витрати. Ми знизимо на ціни на ліки, майже на дві третини дозволивши Медікер вести переговори з фармацевтичними компаніями, які заробляють мільярди доларів, занижуючи ціну. Коли вони обговорюватимуть умови, Medicare наполягатиме: "Ми платитимемо вам X суму грошей за наступні ліки". Це різко знизить ціни, зробивши їх доступними для всіх.»

Напротивагу Джо Байдену виступає Дональд Трамп із своїми поглядами на медичну систему: (13) *'Pre-existing conditions will always stay. What I would like to do is a much better healthcare, much better, will always protect people with pre-existing. So I'd like to terminate **Obamacare**, come up with a brand-new beautiful healthcare.'* (ABC News, November 9, 2020) Термін *Obamacare*, означає федеральний закон про реформу медичного й соціального страхування, підписаний 44-м президентом США Обамою в 2010 році. Переклад здійснюється за допомогою транскрибування. В повідомленні вжито *healthcare*, термін, що з'явився на початку ХХ століття, в політичному аспекті перекладається шляхом смислового розвитку як «охорона здоров'я» .

Відомо, що Дональд Трамп полюбляє модернізувати слова, цього разу він не оминув особистість Барака Обами. Розпочавши конфлікт лише одним словом "**OBAMAGATE!**" («Обамагейт») в Twitter, що має своє походження від *Watergate* (1972 року), й з того часу складова частина слова 'gate' використовувалася на позначення багатьох скандалів *Pizzagate*, *Deflategate* та навіть *Gategate*. У відповідь на питання репортера Washinton Post на прес-конференції, Дональд Трамп мовив: (14) *"Obamagate. It's been going on for a long time. It's been going on from before I even got elected. And it's a disgrace that it happened,"* й уточнив, що *"You know what the crime is. The crime is very obvious to everybody. All you've got to do is read the newspapers, except yours"*. (The Independent, May 12, 2020)

Засудження минулої влади, обвинувачення за вчинення незаконних діянь, – все це тільки привертає увагу електорату. Об'єктивних причин для цього засудження немає, і як багато хто критиків вважає, таким чином діючий президент намагається розпалити вогонь конфлікту задля того аби відволікти увагу від насправді важливих питань, а саме від свого неупередженого ставлення й недбалості щодо пандемії COVID19, що не стає перевагою на майбутніх виборах.

*(15) Joe Biden is not a savior of America's soul. He is the destroyer of America's jobs, and if given the chance, he will be the destroyer of America's greatness. For 47 years, Joe Biden took the donations of blue-collar workers, gave them hugs, and even kisses, and told them he felt their pain, and then he flew back to Washington, and voted to ship our jobs to China and many other distant lands. Joe Biden spent his entire career outsourcing their dreams and the dreams of American workers, offshoring their jobs, opening their borders and sending their sons and daughters to fight in endless foreign wars, wars that never ended. (POLITICO, August 28, 2020)*

В цьому фрагменті Дональд Трамп пригнічує імідж опонента всіма доступними йому мовними засобами. Починаючи з протиставлення, каже, що він не рятувальник американського народу, а винищувач робітничих місць, а в подальшому взагалі величності країни. Поняття *outsourcing* та *offshoring* мають спільний семантичний склад й утворюються за схожою моделлю. Ці слова при перекладі не мають еквівалента, тож переклад здійснюється адаптивним транскодуванням та змістовим розвитком.

*«Джо Байден не є рятівником душі Америки. Він руйнує робочі місця в Америці, і якщо йому нададуть шанс, він стане руйнівником американської величі. Протягом 47 років Джо Байден брав пожертви простих робітників, обіймав їх і навіть цілував, говорив їм, що відчуває їхній біль, а потім прилітав назад у Вашингтон і голосував за перенесення наших робочих місць до Китаю та багатьох інших віддих місць. Усю свою кар'єру Джо Байден присвятив аутсорсингу їхніх мрій та мрій американських робітників, переводячи в*

*офшорні зони, відкривши кордони та відправивши своїх синів та дочок на війну в нескінченні зовнішні війни, які так і не скінчились.»*

Проаналізувавши численні матеріали передвиборчої гонки, а саме: транскрипти передвиборчих дебатів, прес-конференцій та політичних інтерв'ю слід наголосити на тому, що майже всі промови кандидатів пронизані контраверсивною критикою опонентів. В цьогорічних перегонах окремим аспектом стала тема боротьби з пандемією, що цілковито відрізняє від минулих виборчих перегонів. Політична мова рясніє національно важливою лексикою, національними символами й цінностями американського народу. Явище лексичного бленду зустрічається в політичній мові, однак в загальному огляді ці бленди вже не є неологізмами, так як закарбовані у словниках й вживаються на загальнодержавному рівні. Переклад таких одиниць індивідуальний, однак багато з них підлягають перекладу українською мовою шляхом транскодування із залученням описового способу перекладу.

## РОЗДІЛ 3

### МЕТОДОЛОГІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ НЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В НАВЧАЛЬНИХ МАТЕРІАЛАХ

#### **3.1 Інструктивно-методичні рекомендації щодо навчання неологізмів в процесі навчання англійської мови**

Усі компетенції мовленнєвої діяльності є рівноцінні за своїм значенням, кожна з них допомагає жити в суспільстві, комунікувати й реалізуватися як в особистому, так і кар'єрному житті. Ерудиція, здатність раціонально мислити, обізнаність у сфері політичних подій та процесів – це необхідні елементи для навчання іноземної мови зі змістовним лінгвокраїнознавчим аспектом. Саме ці елементи визначають зміст навчання в сучасному освітньому процесі. Необхідним є не тільки опанування іноземною мовою, але й розвиток критичного мислення, креативності, самостійності, вміння розв'язувати проблеми, приймати виважені рішення та вміння керувати своїми емоціями.

Імплементация в навчальній програмі до мовного навчання компетентісно-діяльнісного підходу, що зосереджений на формуванні мовної особистості, вміння й навички якої надаватимуть змоги комунікативно доцільно користуватися мовними засобами для вдалої життєдіяльності в різних сферах є важливим аспектом у професійній діяльності викладача. Такий підхід разом із комунікативно-діялісним, особистісно-орієнтованим, когнітивно-комунікативним повинен зачатися в дошкільному навчальному закладі, втілюватися на етапі оволодіння мовою в початковій і основній школі, систематизуватись у старших класах й вдосконалюватись у вищій школі [21].

Природа комунікативного дискурсу в іншомовній діяльності нерозривно пов'язана із соціальними бажаннями суспільства. Нескінченні зміни в суспільному житті, стрімкий розвиток освітньої галузі, міжнародне співробітництво, розширення та зміцнення міжнародних зв'язків зумовлюють зміни у навчально-виховному процесі, таким чином вимагаючи поновлення його змісту [32].



Навчання іншомовної фахової лексики, зокрема політичної, є неодмінним складником процесу навчання іноземної мови у вузах соціально-гуманітарного спрямування, оскільки ефективність спілкування значною мірою залежить від його лексичного оформлення. Саме тому лексика є методично невід'ємною частиною кожного з етапів навчання іноземної мови в немовному вищому навчальному закладі.

Продуктивність та ефективність засвоєння лексичного матеріалу залежить від системи вправ. Тому при розробці лексичних вправ слід звернути увагу на те, що предметом навчання повинні стати слова і вирази, які складають мову певної спеціальності, для розвитку тих видів мовленнєвої діяльності, що необхідні, наприклад, політологам й лінгвокраїнознавцям. Працювати необхідно над лексикою, представленою переважно в словосполученнях, стійких, регулярно вживаних зворотах, за допомогою яких будується мова спеціаліста - як усна, так і письмова. Незалежно від того, що політична мова діє в межах офіційного стилю, однак самі політики – звичайний народ, який є творцем лексичного розмаїття. Тож, оминати виражальні засоби, такі як неологізми, що підкреслюють експресивність їх мови та додає зацікавленості до спічів не вдається, зокрема таких, які можна вважати просторічними.

Засвоювати спеціальну лексику краще на основі вправ, мета яких - оволодіти фундаментальними знаннями словотворення, ознайомити із системою синонімів і антонімів, покращувати навички мовної здогадки на базисі інтернаціональної лексики та елементів словотворення, виокремити асоціативні зв'язки на підґрунті рідної мови. Такий комплекс лексичних вправ дозволить вивчити лексичний матеріал, уникаючи механічного запам'ятовування.

При вивченні англійської мови, основною складністю в сприйнятті неологізму – з'ясування значення слова. Для поліпшення ситуації й уникнення складнощів, варто ознайомити студентів з поняттям неологізму, його основними видами, навести приклади вживання та дати поняття того, що слід бути готовим до постійного оновлення та змін лексичного складу.

Опанування мовою з урахуванням культурологічного аспекту іноземної мови вважається одним із успішних засобів наближення навчального процесу до реального життя за допомогою залучення до викладацьких практик автентичного матеріалу на заняттях. Жанрова різноманітність таких матеріалів грає на користь учнів в сприйманні інформації з різних сфер життя: описи подій, розповіді, радіо і теленовини, лекції, розмови, інтерв'ю, оголошення тощо.

Методисти вважають, що автентичні матеріали англійською мовою повинні складати щонайменше більшість додаткового навчального матеріалу. Зацікавленість учнів матеріалами іншомовного походження доцільно використовувати для продуктивності навчання і його раціоналізації. Варто залучати до вивчення матеріали універсальної тематики, які за своїм характером різноманітні за складом. Опрацювання автентичних матеріалів розширює потенційний лексичний запас учнів, а також розширює їх горизонти.

### **3.2 Матеріали до засвоєння неологізмів у процесі навчання англійської мови**

**I.** During this lesson we will be studying lexical units of English; namely neologisms that consist a great part of language. Let's have a brief blitz.

1. What is neologism?
2. How often are neologisms used in your opinion?
3. How often do you use neologisms in your everyday speech?
4. Is it easy for you to understand neologism?
5. What difficulties do you face while reading texts containing neologisms?
6. Do you look upon a dictionary when you come across with neologisms?
7. Do you agree or disagree with the following quote?

*“Language reacts to all the changes that happen in our life, moreover, it reflects ways of living and thinking. More specifically, the lexicon or words can provide valuable clues to understanding culture.”*

**II.** What types of neologisms formation do you know? Read and analyze.

**Types of neologism:** 1. Words; 2. Collocations; 3. New coinages; 4. Derived words; 5. Abbreviations; 6. Collocations; 7. Eponyms; 8. Phrasal words; 9. Transferred words; 10. Acronyms (new and old referents); 11. Pseudo-neologisms; 12. Internationalism.

**Ways of forming productive neologisms:**

**1. I (digital technology) +Noun**

i-biology, iPod, iPhone, iPodder, iCrime

**2. blog+Noun/Noun +blog**

blogsphere, blogland, blogger, blogging business, audioblogs, fotolog, videoblog

**3. Noun + free / friendly**

office-free, spam-free, virus-free, child-free, sugar-free, market-friendly, family-friendly, customer-friendly, investor-friendly.

**4. blending**

advertorial, advermation, brandalism, bandwidth, familymoon, farmageddon.

**5. words describing different types of English language**

Chinglish (Chinese + English), Hinglish (Hindi + English), Indish (Indian + English), Konglish (Korean + English), Denglish (Deutsch + English), Frenglish (French + English), Swedlish (Swedish + English), Japlish (Japanese + English), Russlish (Russian + English), Spanglish (Spanish + English).

**6. prefix + word (cyber, eco)**

cyberbalkanization, cybercasing, cyberchondriac, cyberdisinhibition, cyberflaneur, cybergripping, cyberpark, eco-driving, eco-efficiency, ecolonomics, e-commerce, ecosexual, eco-tech.

**7. Numbers +Letters**

2L8 – Too Late, B4N – Bye For Now, BBL8R – Be Back Later, L33T – Elite, NE1 – Anyone, W8 – Wait, W8N – Waiting, B2A - business-to-anyone, B2B - business-to-business, B2B2C - business-to-business-to-consumer, B2C - business-to-consumer, B2E - business-to-employee, B2E - business-to-everyone, B2G - business-to-government, C2B2C - consumer-to-business-consumer, C2C - consumer-to-

consumer, D2B - direct to buyer, D2C - direct to consumer, E2B - education-to-business.

**8. Neologisms connected with some events in any sphere of human activity:**

selfie, pancake people, 9/11 Generation, boomerang child, bridezilla.

*As you might have noticed, many neologisms are related to technology, especially the Internet. It is no wonder as the World Wide Web plays a very important role in our everyday life. Therefore, more and more words enter the language to describe certain things and processes. And more neologisms are yet to come.*

*Finally, please remember that most neologisms are informal so remember that when learning English with neologisms. You shouldn't use them in formal contexts because otherwise your language will be inappropriate. Make sure that you use certain newly coined words and expressions in the right place and at the right time.*

**III. Test your knowledge – or guessing ability – with our portmanteau quiz! Choose one correct answer!**

*Portmanteau words are a popular, often humorous type of new vocabulary. Also called blends, they occur when two or more existing words are blended together, like smog (smoke + fog).*

**1) What are 'zoodles'?**

- a) zucchini + noodles: a pasta alternative that uses zucchini (=courgette)
- b) zero + oodles: not a lot of something
- c) zoo + cradles: crèche facilities at a zoo

**2) What is a 'chugger'?**

a) charity + mugger: someone who stops people on the street to get them to give money to charity

b) chum + digger: an affectionate term for a fellow archaeologist

c) charity + hugger: someone who exchanges hugs for donations to charity

**3) What is a 'vlog'?**

a) vacation + blog: a blog about holidays

b) video + blog: a blog that contains mainly video

c) virtual + log: a unit of measurement in forestry

**4) What is 'plogging'?**

a) plodding + lugging: pulling or carrying an object slowly and with difficulty

b) picking + litter + jogging: picking up litter while jogging

c) plugging + blogging: blogging to advertise, sometimes for payment or a free sample

**5) What is a 'felfie'?**

a) family + selfie: a selfie taken with your family

b) far + selfie: a selfie taken with a telescopic selfie stick

c) fun + selfie: a selfie taken while having fun, e.g. playing a game, or on a rollercoaster

**6) What is a 'theyby'?**

a) they + fly-by: a fly-by involving multiple aircraft or spacecraft

b) they + baby: a baby who is not outwardly identified as a boy or a girl

c) they + wallaby: a group or family of wallabies

**7) What is a 'mook'?**

a) male + cook: a male cook or chef

b) magazine + book: a publication that's somewhere between a magazine and a book

c) moo + book: a book about cows or farming in general

**8) What is a 'smombie'?**

a) smooch + wombat: in Australia, an affectionate wombat

b) smart + zombie: in fiction, a zombie that shows intelligence

c) smartphone + zombie: someone so distracted using their phone that they do something stupid

**9) What is a 'lunner'?**

a) lunar + runner: someone who runs by moonlight

b) long-distance + runner: someone who runs marathons or other long races

c) lunch + dinner: a meal eaten between lunch and dinner

**10) What is 'Singlish'?**

- a) sing + English: when a sentence is sung in a conversation  
 b) Singapore + English: a colloquial dialect in Singapore based on English  
 c) sin + English: a form of English used in religious confession

**Answers: 1.a 2.a 3.b 4.b 5.a 6.b 7.b 8.c 9.c 10.b.**

**IV. Look at the following neologisms and match them with their meanings and guess where they come from.**

1. Super Tuesday	a. a social climate in which a person, organization, etc is likely to be ostracized in response to a perceived wrongdoing.
2. shampaign	b. a reactionary political conservative who criticizes liberal or progressive stances as unpatriotic.
3. politainer	c. insincere run for political office purely intended to create some buzz and raise the profile of the "candidate".
4. witch hunt	d. the day of March in a presidential election year, when many states hold primary elections.
5. step-president	e. the public proclaiming of one's political beliefs through activities that require little effort or commitment.
6. cancel culture	f. the president of country "A" who makes important decision for country "B" and it is acceptable and mandatory by country "B" as a rule.
7. slacktivism	g. debate tactic used to assume the innocence of the accused and call into question the motivation and methods of accusers, without examining the substance of the accusation.
8. hatriot	h. a politician who is or used to be an entertainer.

**Answers: 1.d; 2.c; 3.h; 4.g; 5.f; 6.a; 7.e; 8.b.**

V. Translate neologisms in accordance to your point of view, paying attention on their meaning.

Word	Translation in Ukrainian	Explanation
<b>Fresent</b>		a gift that you give to a friend.
<b>Tradwife</b>		a wife who lives life according to perceived traditional values.
<b>Unfluencer</b>		social media influencer who makes you want to stop doing something.
<b>Chocotainment</b>		a word that describes the pleasure of the chocolate making experience.
<b>Confectioneur</b>		a word that describes a confectionery maker that develops new recipes and come up with unique products.
<b>Pseudoglot</b>		one who knows a few basic words in many languages and pretends to be a polyglot.
<b>Panny-D</b>		(the) pandemic; Covid-19
<b>Punch-up</b>		a fight in which people <u>hit</u> each other.

V. In the following sentences, find the word that corresponds to the situation described in the text, choosing from the words below:

*panny-d; pseudoglot; confectioneur; tradwife; unfluencer; punch-up; fresent; chocotainment.*

- 1) So a “\_\_\_\_\_” is a woman who doesn’t work so as to look after their children, husband, home and then talk non-stop about how great this is on media.
- 2) A friend of mine refuses to wear Nikes, period, after her \_\_\_\_\_ nemesis bought the same shoe in the same colorway she had almost bought.
- 3) I have a great idea for \_\_\_\_\_, she will be extremely happy.
- 4) He was involved in a \_\_\_\_\_ with Sarah's former lover.

- 5) Since 2015 my sister-in-law has been enjoying cooking, especially she likes to cook desserts. The chocolate is her really passion, she derives real \_\_\_\_\_.
- 6) A lot of people would prefer to forget 2020, because of \_\_\_\_\_.
- 7) I admit that there are a large number of confectioners who do employ assistants. He was one of few who went better and become the \_\_\_\_\_.
- 8) Even so he constantly replied that he knows many languages, he looked more like \_\_\_\_\_.

**Fresent** - a gift that you give to a friend.

**Panny-D** - (the) pandemic; Covid-19.

**Tradwife** - a wife who lives life according to perceived traditional values.

**Confectioneur** - a word that describes a confectionery maker that develops new recipes and come up with unique products.

**Unfluencer** - social media influencer who makes you want to stop doing smth.

**Pseudoglot** - one who knows a few basic words in many languages and pretends to be a polyglot.

**Chocotainment** - a word that describes the pleasure of the chocolate making experience.

**Punch-up** - a fight in which people hit each other.

**Answers:** 1) tradwife; 2) unfluencer; 3) fresent; 4) punch-up; 5) chocotainment; 6) panny-d; 7) confectioneur; 8) pseudoglot.



## ВИСНОВКИ

Результатом дослідження є визначення функціональних особливостей політичних неологізмів, з'ясування методів та процесу їх утворення в передвиборчому дискурсі. В магістерській роботі було надано достатньо уваги лексичному блендингу, як окремого феномену неологізації мови, визначено основні способи творення та методи встановлення їх значень. Надано рекомендації щодо визначення стратегій та способів перекладу неологізмів в передвиборчих текстах.

Вивчивши науково-дослідну літературу було надано змістовне розуміння мовного дискурсу та окреслено наукові межі дослідження передвиборчого дискурсу. В процесі було виокремлено деякі мовні стратегії висловлювань передвиборчих кампаній, такі як: *маніпулювання, ідентифікації, викриття опонента*.

Опрацювавши мовний матеріал кандидатів у президенти США 2020 року й політичні медіаресурси можна констатувати той факт, що мова політики відповідає сучасним тенденціям, є виразною й застосовує різноманітні експресивні засоби, зокрема неологічні одиниці. Такі одиниці додають прагматичної значущості й агональності політичним текстам рекламного характеру, які призначені для передвиборчих промови президентських дебатів, передвиборчих прес-конференцій. Для розуміння й виокремлення перекладацького виміру було проаналізовано семантичні й структурні особливості неологізмів, природу їх виникнення, походження, прагматичність вживання та стратегії імплементації неологічних одиниць, що виникають у межах передвиборчого процесу. Розкрито комунікативно-прагматичний потенціал неологізмів в текстопросторі політичного дискурсу. Згідно вивчених матеріалів було розроблено рекомендації щодо перекладацького процесу, які необхідні для досягнення комунікативних та прагматичних цілей вихідного тексту. Експресивно забарвленими неологізмами визначені ті, що відносяться до оказіоналізмів, власно створених мовних засобів вираження інтенцій мовців передвиборчого дискурсу. Виділено основні перекладацькі трансформації, що

зустрічаються під час вивчення матеріалів: *описовий та пояснювальний переклад, приблизний переклад, транслітерація і транскрипція, калькування та пряме включення в текст.*

Окремо в науковій праці пояснюється важливість навчання вузьковживаної лексики, такої як політичні неологізми. Визначено необхідність вивчення фахової новолексики іноземної мови в немовних вишах, а саме соціально-гуманітарного спрямування.

Матеріали передвиборної кампанії США в 2020 році є перспективною лінгвістичних досліджень. Оскільки складаються не тільки з офіційних промов, а передають лінгвокультурологічний аспект мови, демонструють державні й національні цінності Сполучених Штатів Америки, знання яких розвивають загальнокультурну компетенцію як перекладачів, так і здобувачів інших спеціальностей. Необхідність детального вивчення політичного дискурсу США зумовлено його соціополітичним значенням. Останні події в світі зумовлюють потребу в ґрунтовному дослідженні політичних текстів задля вирішення практичних проблем політично комунікації. Тексти політичного дискурсу відрізняються втіленням соціально-прагматичних завдань, які глобально впливають на політичне становище в світі, зокрема в Україні. Тож, розвиток методів перекладу неологізмів передвиборчого дискурсу є актуальною відповіддю на сьогоденну потребу суспільства бути політично свідомими.

Я, Александренко Анна Іванівна, своїм підписом засвідчую, що моя кваліфікаційна робота “Перекладацький вимір неологічних одиниць передвиборчого рекламного дискурсу (на прикладі передвиборчої кампанії 2020 у США)” виконана з дотриманням усіх вимог до наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, самостійно та індивідуально. Під час написання роботи я дотримувалася принципів академічної доброчесності та несу відповідальність за порушення загальноприйнятих правил цитування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрусяк, І. В. (2003). Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу. Проблеми романо-германської філології: Зб. Наук. Праць.–Ужгород: Мистецька. Режим доступу: <https://cutt.ly/rhmBffc> (дата звернення 13.11.2020).
2. Божеску, М. Г. (2013). Сучасні дослідження політичного дискурсу. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки, (14 (1)), 6-11. Режим доступу: <https://cutt.ly/vhRXx3Y> (дата звернення 12.11.2020).
3. БОЙКО, О. (2017). Дискурс як інструмент соціальної влади. Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Series Philosophy, (1), 83-88. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67073> (дата звернення 07.11.2020).
4. ван Дейк, Т. (2013). Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М. Режим доступу: <http://sun.tsu.ru/mminfo/2014/000459486/000459486.pdf>
5. Васильєва, Л. А. (2013). Сучасні комунікаційні методи політичного дискурсу (Doctoral dissertation, Сумський державний університет). С. 19-21. Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/31217> (дата звернення 12.11.2020).
6. Вашист, К. М. (2020). Перекладацькі девіації блендингових вербальних одиниць англomовних рекламних повідомлень. С. 42-49. Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80069> (дата звернення 17.11.2020).
7. Волков, О. Г. (2010) Вступ до екзистенціальної прагматики політичного дискурсу. Other. ТОВ «Видавничий будинок ММД», Мелітополь. - Режим доступу: <http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/732/> (дата звернення 07.11.2020).

8. Грачев, М. Н. (2004). Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Изд-во Прометей. 328 с. Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/2459561/page:2/> (дата звернення 08.11.2020).
9. Громовенко, В. В. (2016). Особливості словотворення неологізмів в англійському політичному дискурсі. Молодий вчений, (4), 358-361. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_4\\_89](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_89) (дата звернення 15.11.2020).
10. Гуренко, Н. В. (2007). Специфіка перекладу суспільно–політичних реалій. С. 91-95. Режим доступу: <http://tractatus.sumdu.edu.ua/Arhiv/2007-2/18.pdf> (дата звернення 20.11.2020).
11. Дворник, Н. & Попова, О. В. (2013). Стилiстичнi засоби полiтичних промов (на матерiалi полiтичних звернень Барака Обама) (Doctoral dissertation, Сумський державний унiверситет). С. 28-29. Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/30752> (дата звернення 13.11.2020).
12. Дзюбіна, О. І. (2016). Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матерiалi англiйської мови). Деловая пресса России: настоящее и будущее. 206 с. Режим доступу: [https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis\\_dzyubina.pdf](https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf) (дата звернення 15.11.2020).
13. Дзюбіна, О. (2014). Концептуальна основа англiйських неологізмiв. Науковi записки [Вiнницького державного педагогiчного унiверситету iменi Михайла Коцюбинського]. Серiя: Фiлологiя (мовознавство), (20), С. 90-94. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu\\_filol\\_2014\\_20\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2014_20_20) (дата звернення 15.11.2020).
14. Елікашвілі, М. (2012). Лексичні та фразеологічні інновації в суспільно-політичній сфері англійської мови. Збірник тез V Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції „Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання“, 2, 149-149. Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=586991> (дата звернення 18.11.2020).

15. Єнікєєва, С. М. (2014). Відонімна телескопія в сучасній англійській мові. *Нова філологія*, (63), 19-25. Режим доступу: <https://cutt.ly/ohQk02h> (дата звернення 17.11.2020).
16. Зацний, Ю. А., & Пахомова, Т. О. (2001). *Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови*. Запоріжжя: Запорізький державний університет, С. 174.
17. Зацний, Ю. А. (1998). *Розвиток словникового складу сучасної англійської мови*. Запоріжжя: Запорізький державний університет. 431 с.
18. Зацний, Ю. А., Пахомова, Т. О., & Зацна, В. Ю. (2004). *Соціолінгвістичні аспекти вивчення словникового складу англійської мови: Навчальний посібник/за ред. ЮА Зацного, ТО Пахомової*. Запоріжжя: ЗДУ. 284 с.
19. Карасик, В. (2004). *Языковой круг*. 477 с. Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/1806336/> (дата звернення 05.11.2020).
20. Кобякова, І. К., & Чайка, Т. Ю. (2020). Проблема збереження глибинної структури тексту під час перекладу (на прикладі текстів економічної спрямованості). - Режим доступу: <https://cutt.ly/ohRXVjK> (дата звернення 11.11.2020).
21. Козьмик, Г. О., & Хейлик, Т. О. (2008). Актуальні проблеми вивчення неології. *Наук.-виробн. журнал «Держава та регіони»*. Серія «Гуманітарні науки», (1), С. 109-116. Режим доступу : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr\\_gn/2008\\_1/files/GN108\\_22.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_gn/2008_1/files/GN108_22.pdf) (дата звернення 11.11.2020).
22. Левицький, А. Е. (2005). Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (23), С. 16-21. Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/2567/1/05layern.pdf> (дата звернення 13.11.2020).
23. Медвідь, О. М., & Ізмайлова, І. Г. (2008). Прагматичні інтерпретації текстів політичного дискурсу. С. 66-71. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/1557> (дата звернення 09.11.2020).

24. Медвідь, О. М., Петухова, А. Є., & Вашист, К. М. (2016). Телескопія як спосіб утворення неологізмів (на матеріалі сучасних англомовних онлайн-видань ЗМІ). С. 39-45. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/44524> (дата звернення 11.11.2020).
25. Михалёва, О. Л. (2008). Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. URSS. 256 с. Режим доступу: <http://www.klex.ru/o5p> (дата звернення 02.11.2020).
26. Нестеренко, Р. (2008). Лінгво-прагматичні особливості політичного дискурсу (Doctoral dissertation, Видавництво СумДУ). С.73. Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/14623> (дата звернення 14.11.2020).
27. Ніколаєнко, К. М., & Вашист, К. М. (2018). Контамінація як частина процесу неологізації в англійській мові (Doctoral dissertation, Сумський державний університет). С. 48-50. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67185> (дата звернення 11.11.2020).
28. Омельченко, Л. Ф., & Жихарева, О. О. (2010). Прагматичні характеристики англійських телескопізмів. ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка, (51), С. 12-16. Режим доступу: [http://eprints.zu.edu.ua/4182/1/vip51\\_3.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/4182/1/vip51_3.pdf) (дата звернення 14.11.2020).
29. Ончуленко, М. Жанри політичного дискурсу [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/22\\_NNP\\_2011/Philologia/3\\_90961.doc.html](http://www.rusnauka.com/22_NNP_2011/Philologia/3_90961.doc.html) (дата звернення 03.11.2020).
30. Печко, Н. М. (2013). До питання про політичні неологізми сучасного етапу. Нова філологія, (57), С. 64-67. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil\\_2013\\_57\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2013_57_19) (дата звернення 15.11.2020).
31. Підгрушний, В. А. (2015). ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ. Студентський вісник НУВГП, (2 (4)), С. 248-251. Режим доступу: [http://nuwm.edu.ua/images/content/radamv/Visnyk\\_4/66.pdf](http://nuwm.edu.ua/images/content/radamv/Visnyk_4/66.pdf) (дата звернення 14.11.2020).

32. Рабійчук, Л., & Лемешко, О. (2014). Особливості перекладу англійських неологізмів на українську мову. Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія: Філологія (мовознавство), (20), С. 277-282. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu\\_filol\\_2014\\_20\\_56](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2014_20_56) (дата звернення 20.11.2020).
33. Серажим, К. С. Лексика та фразеологія політичного дискурсу [Електронний ресурс]. С. 70-72. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=342> (дата звернення 10.11.2020).
34. Серіо, П. (1999). Как читают тексты во Франции. С. 12-53. Режим доступу: <http://aperlov.narod.ru/texts05/serio.pdf> (дата звернення 04.11.2020).
35. Синеокая, Н. А. (2012). Характеристика политического дискурса. Современные проблемы науки и образования, (6), С. 512-512. Режим доступу: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=7695> (дата звернення 10.11.2020).
36. Тимошенко, Т. Р. (1976). Телескопия в словообразовательной системе современного английского языка. Киев: Наук. думка, 176 с.
37. Ткачик, О. (2014). Номінативні процеси в англomовному політичному дискурсі (скорочення, усічення, злиття, реверсія, конверсія). Мова і культура, (17, т. 1), С. 141-146. Режим доступу: <http://term-in.org/goods/15-1-1-1/category/id81/> (дата звернення 11.11.2020).
38. Фуко, М. (2008). Дискурс и истина. Философско-литературный журнал Логос, (2), С. 159-262. Режим доступу: [http://www.intelros.ru/pdf/logos\\_02\\_2008/07.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/logos_02_2008/07.pdf) (дата звернення 01.11.2020).
39. Чумак, Л. М. (2014). Blend Compounds in Modern English Word-Formation. The Global English Teacher: Improving What Works and Fixing What Doesn't: збірник наукових праць (англ. м.), 36-37. Режим доступу: <https://cutt.ly/XhQzyny> (дата звернення 14.11.2020).
40. Швачко, С. О. (2015). Навчати вчитися перекладу. - Режим доступу: <https://cutt.ly/shRCt8B> (дата звернення 01.11.2020).

41. Шейгал, Е. И. (2009). Семиотика политического дискурса. 195 с. - Режим доступа: <https://studfile.net/preview/4584817/> (дата звернення 01.11.2020).
42. Швачко, С. О., Кобякова, І. К., Анохіна, Т. О. (2019). Об'єкти перекладознавства. - Режим доступа: <https://cutt.ly/1hRCTjC> (дата звернення 14.11.2020).
43. Algeo, J. (1977). Blends, a structural and systemic view. *American speech*, 52(1/2), 47-64.
44. Anesa, P. (2018). *Lexical Innovation in World Englishes: Cross-fertilization and Evolving Paradigms*. Routledge. Available at: <https://cutt.ly/9hQAvH0> (дата звернення 18.11.2020).
45. Baranova, S., Kobyakova, I. K., & Prykhodko, A. (2018). Linguistic and Communicative Peculiarities of Gratitude Expressions of English Discourse. *Філологічні трактати*, (10, № 3), С. 20-25. Режим доступа: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/69739> (дата звернення 07.11.2020).
46. Behera, B., & Mishra, P. (2013). The Burgeoning Usage of Neologisms in Contemporary English. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 18(3), 25-35. Available at: <https://cutt.ly/dhQfOec> (дата звернення 09.11.2020).
47. Bodle, A. (2016). How new words are born. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/media/mind-yourlanguage/2016/feb/04/english-neologisms-new-words> (дата звернення 08.11.2020).
48. Collin, R. (2012). Genre in discourse, discourse in genre: A new approach to the study of literate practice. *Journal of Literacy Research*, 44(1), 76-96. Available at: <https://cutt.ly/dhQSQjO> (дата звернення 12.11.2020).
49. Crystal, D. (2000). Investigating nonceness: lexical innovation and lexicographic coverage. Manuscript, narrative and lexicon: essays on literary and cultural transmission in honor of Whitney F Bolton, Lewisburg: Bucknell University Press/London: Associated University Presses, 218-231. Available at: <https://cutt.ly/hhQSrtK> (дата звернення 15.11.2020).
50. Fisker, S. L. M. (2009). Power in discourse: A Critical discourse analysis of the concluding democratic presidential debates 2008. Available at



[http://projekter.aau.dk/projekter/files/18011253/2009-08-03\\_10.29.28.pdf](http://projekter.aau.dk/projekter/files/18011253/2009-08-03_10.29.28.pdf) (дата звернення 10.11.2020).

51. Lehrer, A. (2003). Understanding trendy neologisms. *Italian Journal of Linguistics*, 15, 369-382. Available at: <https://cutt.ly/khQjZw0> (дата звернення 17.11.2020).

52. Lehrer, A. (2007). *Blendalicious//Lexical Creativity, Texts and Contexts*. Amsterdam, Philadelphia, 115-133. Available at: <https://cutt.ly/9hQkE8T> (дата звернення 17.11.2020).

53. Polkhovska, M. (2018). *Linguo-Pragmatic Peculiarities of Modern English Political Discourse Organization (a Case Study of D. Trump's Public Speeches)*. Available at: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68969> (дата звернення 07.11.2020).

54. Polkovnichenko, Y. G. (2013). Neologisms in Modern English. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*, (12 (1)), С. 83-88. Available at: <https://cutt.ly/hhQSNc8> (дата звернення 12.11.2020).

### **СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ**

55. Зацний, Ю. А., & Янков, А. В. (2008). *Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник*. Вінниця: Нова Книга, 360, 7.

56. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення 30.11.2020).

57. *Collins Online Dictionary*. Available at: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата звернення 30.11.2020).

58. *Dictionary.com*. Available at: <https://www.dictionary.com/> (дата звернення 30.11.2020).

59. *Dictionary by Merriam-Webster*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення 30.11.2020).

60. Macmillan Dictionary | Free English Dictionary and Thesaurus. Available at: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата звернення 30.11.2020).
61. Online Etymology Dictionary. Available at: <https://www.etymonline.com/> (дата звернення 30.11.2020).
62. Oxford English Dictionary. Available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата звернення 30.11.2020).
63. The Rice University Neologisms Database. Available at: <https://neologisms.rice.edu/index.php> (дата звернення 30.11.2020).
64. Urban Dictionary. Available at: <https://www.urbandictionary.com/> (дата звернення 30.11.2020).
65. Wordreference.Com. Available at: <https://www.wordreference.com/definition/> (дата звернення 30.11.2020).

### **СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

1. Remarks by President Trump in Press Conference. September 7, 2020. Available at: <https://cutt.ly/BhQXzXS>
2. The former vice president answered voters' questions Thursday in Philadelphia. Available at: <https://cutt.ly/XhQX50C>
3. Why Trump's New Nickname For Biden Could Backfire. Available at: <https://cutt.ly/whQCxq3>
4. Second 2020 Presidential Debate between Donald Trump and Joe Biden. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=bPiofmZGb8o>
5. Remarks by President Trump Before Marine One Departure. Available at: <https://cutt.ly/YhWtNjh>
6. First, deplorable. Now, despicable. Available at: <https://cutt.ly/4hQVhBE>
7. Fact Check: Did Kamala Harris Call Joe Biden a Racist During the Democratic Debate? Available at: <https://cutt.ly/FhQVIj8>

8. Republicans created their Trumpenstein monster. It's up to them to do something about it | Opinion. Available at: <https://cutt.ly/1hQV1TW>
9. Trump: Black Lives Matter is "bad for Black people" - Axios. Available at: <https://cutt.ly/7hQBupq>
10. Trump says he ordered U.S. to 'step up our already Extreme Vetting Program'. Available at: <https://cutt.ly/EhQNImD>
11. 'Jexodus' is a GOP fantasy. That doesn't mean Jews will vote Democratic forever. Available at: <https://cutt.ly/MhQN8r3>
12. DEMOCRATIC PRESIDENTIAL NOMINEE JOE BIDEN DELIVERS REMARKS AT POLITICAL RALLY IN WILMINGTON, DEL. Available at: <https://cutt.ly/2hQMbAC>
13. As pandemic rages, Obamacare on the line at Supreme Court. Available at: <https://cutt.ly/XhQMNis>
14. Trump thinks that the supposed 'Obamagate' crime is 'very obvious to everybody'. Available at: <https://cutt.ly/uhQM61w>
15. Trump: Biden 'is not a savior of America's soul'. Available at: <https://cutt.ly/NhQ1gaE>

## SUMMARY

The topic of this diploma work is translation analysis of neologisms in pre-election agitational discourse on the material of 2020 U. S. pre-election campaign. This theme is vital in our time, because neologisms are prolific tools for text creation.

Taking in consideration the science and technology speedy progress, the crucial process that gives impetus to the English enrichment is creating neologisms. The formation of neologisms and their inclusion in dictionaries depends on the frequency of their use and the need for a new denotation.

The research studies the problems that appear in understanding and further translation of neologisms, because of lack of reference source and their dynamic nature.

The goal of the research is to find out which difficulties appear in the translating process of English neologisms in text of politic language into the Ukrainian and to develop a system to overcome them.

The objectives of the research are to find out functional peculiarities of political neologism, to investigate methods and processes of its creation in pre-electional discourse, to highlight the lexical blend as separate phenomenon of derivation, to formulate the strategies and ways of translation neologisms in political discourse.

It gives detailed analysis of the formation of pre-electional discourse, the functional specialities and the role of neologisms, particularly not exclusively lexical blends in the pre-election advertising discourse.

The dynamism in the new word formation became surprisingly noticeable in the XXI century. The neologisms emergence is based on an anthropocentrically oriented mechanism. Its purpose is to provide and to convey communicative-pragmatic, nominative, expressive and figurative-evaluative intentions of communicants.

Due to its flexibility, the lexical structure of the language responds quickly to the smallest changes in people's lives, reflecting the latest achievements in all spheres of human activity. The era of information technology contributes not only to

scientific development, but also to language development, which has never been so active. Especially active at a time when language is the main tool for mind control of the masses, which is especially distinctive for advertising discourse. Changes in politics, refusal to adhere to constant stereotypes, new concepts and a different view of state life cause the emergence of a large number of neologisms in the pre-election discourse, including blending units.

As noted, blending has become a dynamic means of denoting complex concepts due to the "inseparable naming unit", such hybrid words designate several phenomena.

Blending is one of the methods of structural-semantic transformation, which consists in connecting two or more stable combinations of words on the basis of semantic, grammatical and functional commonality or without any commonality. The result of this process is formation of individual-authorial combination of words. The consequence of such a transformation is the emergence of neologisms, namely lexical blends.

Neologisms and blends that have been investigated in the pre-electional speeches of American presidential candidates are expressed by manipulating and condemnation of the opponent. In majority, the examples of such communicative strategies implement in creation nicknames. There are some bright neologisms from the speeches: *Phony Kamala*, *1% Joe*, *O'Biden*, *Sleepy Joe*, *Basement Biden*, *Joe Hiden*, *Trumpeinstein*, *Trumpanzee*. More frequently such expressions are translated with loan translation and transliteration.

Innovations are used to strengthen the pragmatic focus of speech, increasing the impact on the recipient. The neologization dynamics in lexical structure of the English language creates the preconditions for further scientific research, in particular, the study of hybrid word formation of neologisms, as well as the comparative study of innovations in different languages are promising.

It should be pointed out that the speaker uses certain strategies to introduce a new word into the communicative act. The purpose of using various methods and techniques of introducing a language innovation is addressant desire to create the

necessary conditions for understanding and decoding new information by the addressee. Each political text is the ultimate outcome of a constructive process, when the author produces a language structure that could be in congruence with a combination of communicative and cognitive tasks, using limitless language resources.

Investigation of implementational mechanisms of neologisms in texts and determining the functional peculiarities, make it possible to identify factors that affect the neological activity of the speaker, and demonstrate how the presence of neologisms sets the structural-semantic and communicative characteristics of discourse.

Political texts are created in accordance with the strategies and tactics that serve to achieve the communicative goal. One of the ways to implement them is using agonal-argumentative and agitational language genres, which have a great importance in the process of election advertising.

To the conclusion, the main translation transformations that occur in translation of neologisms is descriptive and explanatory translation, estimated translation, transliteration and transcription, loan translation and direct inclusion original word in the text.

The knowledge of political peculiarities develops the general cultural competence of both translators and applicants for other specialties. Linguistic and cultural aspects of the language demonstrate state and national values of the United States of America that appear in political speeches.

The detailed study of US political discourse is caused with socio-political importance. Recent events in the world predetermine a thorough study of political texts in order to solve practical problems of political communication. The texts of political discourse differ in the embodiment of socio-pragmatic tasks that globally affect the political situation in the world, including Ukraine. Therefore, the development of methods for translating neologisms of pre-election discourse will be an urgent response to today's society needs to be politically conscious.