

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра германської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

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

Сучасні неологізми англійської мови в аспекті перекладу
(газетного, інтернет та політичного дискурсу)

Допущено до захисту «__» _____ 20 р.

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

Виконала:

студ. групи ПР.м-11

Петухова Руслана Олегівна

Науковий керівник:

канд. філол. наук, проф.

Кобякова Ірина Карпівна

Суми 2022

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні аспекти дослідження неологізмів та їх перекладу.....	7
1.1. Неологізми як пласт лексики.....	7
1.2. Основні проблеми неології.....	12
1.3. Словотворчі моделі неологізмів.....	15
1.4. Труднощі перекладу неологізмів.....	22
Висновки до Розділу 1.....	30
Розділ 2. Лексико-семантичні та граматичні особливості сучасних неологізмів англійської мови.....	32
2.1. Неологізми в газетному та Інтернет дискурсах.....	32
2.2. Неологізми в політичному дискурсі.....	51
Висновки до Розділу 2.....	55
Розділ 3. Особливості перекладу сучасних англійських неологізмів українською мовою.....	57
3.1. Способи перекладу неологізмів в газетному та Інтернет дискурсах.....	57
3.2. Переклад неологізмів в політичному дискурсі.....	63
Висновки до Розділу 3.....	70
Висновки.....	71
Список використаних джерел.....	75

ВСТУП

Поповнення словникового складу як англійської, так і будь-якої іншої мови є безперервним процесом. Мова – це найскладніший суспільний феномен, який є інструментом людської комунікації. Бурхливий розвиток сучасного світу, політико-соціальні та культурні зв'язки з іноземними державами, вплив науково-технічного прогресу, а також суттєві зміни у соціально-економічному середовищі ведуть до постійної модифікації словникового складу сучасної англійської мови. Слова, які більше не знаходять уживання в мові, стають застарілими і, як наслідок, зникають з активного словника. У той самий час лексичний запас сучасної людини поповнюється рахунок появи великої кількості нових слів і поєднань.

Оновлення лексичного запасу мови може відбуватися у різний спосіб. Так, на сьогоднішній день поява запозичених слів стала частим явищем. Крім того, поповнення лексичного складу відбувається за допомогою появи нових одиниць на основі рідної мови. Використовуючи різноманітні засоби утворення слів, з давно відомих одиниць виникають нові, звані неологізмами. За час із 2015 року і донині в англійській мові утворилася маса нових слів, лексичний склад поповнився новими значеннями, а інші слова вийшли з уживання. Фактично, на сьогодні англійська мова переживає справжній вибух у неології. Глобальні зміни, що відбуваються в економічному та політичному середовищі не тільки США, а й усього світу спричинили появу безлічі нових слів.

Оскільки слово, передусім, виконує змістовну функцію, саме воно фіксує всі зміни, наявні у суспільстві, яким воно піддається. Засоби масової інформації, мережа Інтернет, а ще – політичний дискурс відображають події та явища, характерні для конкретного часу, тобто фіксують певні символи епохи. Вербальним засобом фіксування даних символів стають словотвірні неологізми, і цим фактом і викликано інтерес до теми дослідження.

Актуальність теми дослідження виявляється у необхідності вивчення нової лексики як засобу відображення змін, які в сучасних газетах та Інтернет дискурсі відображуються під впливом таких соціально значимих чинників як інформатизація, комп'ютеризація, глобалізація, а ще – під впливом політичних процесів.

Проблемою визначення поняття та сутності неологізмів, способів їх творення в мові цікавляться багато вітчизняних та зарубіжних авторів. Дослідженню неологізмів у сфері політичного дискурсу присвячені праці О. Томілової, яка виділила основні концепти, на яких будуються політичні неологізми [31]; І. Чернявської, у статті якої на основі матеріалів газетних статей друкованих видань Великобританії та аудіо/відеоматеріалів телевізійних новин аналізуються неологізми в політичному дискурсі, розкриваються особливості їх творення та вживання, розкривається ефективність творення нових слів за допомогою афіксації, словосполучення, конверсії та телескопування [34]; О. Федоренко, у статті якої розглядаються англійські політичні неологізми-запозичення, які пов'язані з політичними подіями в Україні та їхні словотвірні, семантичні, граматичні і прагматичні особливості [33] та ін. У сфері Інтернет-дискурсу та газетного дискурсу вивчення неологізмів ведеться не так активно. Можна згадати праці Ю. Зацного [8], Ж. Колоїз [20] та ін.

Загалом, аналіз літератури засвідчує значний науковий інтерес щодо неологізмів англійської мови, а такожу недостатню кількість ґрунтовних досліджень у цьому напрямку, що ще раз підтверджує актуальність теми і вагу нових досліджень.

Мета дипломної роботи – дослідити сучасні неологізми англійської мови в аспекті перекладу.

Дана мета передбачає розв'язання таких завдань:

- розглянути неологізми як пласт лексики та їх словотворчі моделі;
- описати труднощі перекладу неологізмів;

- визначити лексико-семантичні та граматичні особливості сучасних неологізмів англійської мови в газетному, Інтернет дискурсах та в політичному дискурсі;
- дослідити особливості перекладу сучасних англійських неологізмів українською мовою.

Об’єкт дослідження – неологізми сучасної англійської мови як пласт лексики.

Предметом дослідження є способи перекладу англійських неологізмів на українську мову.

Матеріалами дослідження стали газетний дискурс, Інтернет дискурс та політичний дискурс, а саме статті американських ЗМІ (The New York Times, The Guardian, Sun Journal та ін.) та Інтернет джерел (Facebook, Twitter, Instagram) і тексти виступів американських політиків.

Методи дослідження. Основними методами дослідження є описовий метод (прийоми узагальнення, спостереження, типологізації матеріалу), а також аналіз словникових дефініцій (що базується на методиках компонентного аналізу та елементів аналізу контенту, який сфокусований на виявлення соціокультурних маркерів у словникових дефініціях неологізмів). Також був застосований метод моделювання та аналізу словотвору.

Наукова новизна одержаних результатів проявляється в тому, що подано власну класифікацію сучасних неологізмів англійської мови в Інтернет дискурсі та газетах, зважаючи на їх семантико-граматичні особливості.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що воно складає певний внесок у теорію неології, зокрема містить нові відомості про неологізми сучасної англійської мови, узагальнення щодо проблем, які вирішує неологія. В роботі також було зібрано та узагальнено відомості про основні словотворчі моделі неологізмів, та труднощі, які виникають під час їх перекладу на українську мову.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їхнього використання для створення навчальних і навчально-методичних

посібників з перекладу; для розробки тематики дипломних і курсових робіт; при подальшому дослідженні лексико-семантичних та граматичних особливості сучасних неологізмів англійської мови.

Структура й обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного із них, загальних висновків, списку використаних джерел (80 позицій). Загальний обсяг роботи – 80 сторінка.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

1.1. Неологізми як пласт лексики

У наш час проблема новотворів підіймається у багатьох мовознавчих розвідках як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Така зацікавленість викликає небезпідставні зауваження щодо високої «неогенності» ХХІ століття, «неологічного буму» [53, с. 37], який зараз переживає кожна мова. Явище неологізації мови спричинене розвитком суспільства, науково-технічним прогресом, винаходом нових предметів та явищ. Проте, нова лексична одиниця з'являється як наслідок боротьби двох процесів: тенденції збереження мови, а також її розвитку. Для того, щоб грамотно закріпити нові поняття, лексичний склад мови змушений диференціюватися та перебудовуватися. Неологізм часто є результатом усунення омонімії чи появи нових асоціацій. Робимо висновок, що у створенні неологізму беруть участь, найчастіше, саме внутрішньомовні стимули.

Активізація вивчення інновацій спричинила виникнення особливої галузі теоретичних та прикладних досліджень, окремої лінгвістичної науки – неології. Протягом останніх років були створені спеціальні центри дослідження неології, де учені збирають та досліджують нові слова і їх значення, вивчають моделі їх утворення, здійснюють лексикографічну обробку тощо.

Визначаючи нові одиниці, у сучасній лінгвістиці найчастіше послуговуються терміном «інновація», який застосовується для позначення змін та нововведень на будь-якому рівні мовної системи. Виділяють інновації морфемні, словотвірні, лексичні, фразеологічні та граматичні [9, с. 104]. У нашій роботі ми зупинимось саме на лексичних інноваціях, які на сьогодні є найбільш частотними та найбільш цікавими для дослідження.

Характерним є те, що у сучасних дослідженнях новолексики для позначення новостворених слів використовують різні терміни, зокрема такі як «лексичний новотвір», «індивідуально-авторський новотвір», «авторський неологізм», «неолексема», «оказіоналізм», «оказіональне слово», «лексична інновація» [9, с. 106]. У рамках нашого дослідження усі ці терміни будуть використовуватися як синонімічні для позначення нового, незафіксованого словником слова, яке існує у межах певного лексикону.

Поява неологізмів прямо пропорційна науковому розвитку. Жодна нова наука не існує без неологізмів. На заході довгий час була тенденція відштовхувати нові слова. Лінгвісти вважали, що неологізми – це відхилення від норм їх мови. Наприклад, третій Новий інтернаціональний словник Вебстера трактує неологізм як «a meaningless word coined by psychotic»; інші класичні праці лінгвістів “Language” Блумфільда та “Semantics” Лайонса, взагалі не визначають цей термін [53, с. 95].

Ален Рей, французький лексикограф, опублікував працю “Essai de definition du concept de neologisme” [53] у 1975 році. В цій праці він ретельно обґрунтував процеси неології, а також заклав теоретичну базу для подальшого дослідження у цій сфері. Він вважає, що неологізм як лінгвістичне явище повинно розглядатися в різних аспектах: часовому, географічному, комунікативному та соціальному. Дослідник подає своє визначення терміну неологізм. Отже, за Реєм, неологізм – це «одиниця словникового складу, слово, елемент слова або фраза, значення якої передбачає ефективне функціонування в специфічній моделі комунікації і яка не мала ні матеріальної форми, ані лінгвістичної форми на попередньому щаблі розвитку словникового складу мови» [53, с. 97].

Лексичні інновації відзначаються своєю неоднорідністю й багатоплановістю. Питання про те, які саме лексеми можна вважати новими, є одним із основних питань неології. О.А. Сербенська вважає, що інновації – це «новотвори, запозичення, а також включення і входження в мову, зумовлені

перерозподілом значень у видах і жанрах мовлення; це і відродження слів і висловів з минулих епох» [28, с. 108].

Схожу думку щодо визначення терміна «новоутворення» висловлює Ю.К. Волошин. Він визначає лексичне новоутворення як «знову створене на матеріалі рідної мови у повній відповідності до існуючих у мові словотвірних моделей (рідше запозичене) слово чи словосполучення, яке позначає нове, раніше невідоме поняття, предмет, галузь науки, рід заняття, нову професію і т.д.» [5, с. 8]. Таке визначення трактує новоутворення більш широко, вказуючи на об'єкт номінації, яким виступає поняття, раніше не існуюче.

Н.А. Адах під авторським лексичним новотвором розуміє «мовленнєве утворення системного й асистемного характеру, що виникло в процесі індивідуального творчого акту як результат свідомого порушення автором мовної норми» [1, с. 6]. Дослідниця також вказує, що такі новотвори – це «периферійні лексичні елементи, створені переважно зі стилістичною метою і вперше засвідчені у письмових текстах художнього, наукового чи публіцистичного стилю; крім того, вони не зафіксовані у словниках національної мови відповідного періоду. Авторському новотворі притаманні ознаки нестандартності й новизни» [1, с. 6].

О. Стишов пропонує таке визначення цього явища: «Під авторським новотвором ми розуміємо будь-яку лексичну інновацію – чисто структурну, структурно-семантичну чи чисто семантичну» [29, с. 87].

Г.М. Вокальчук індивідуально-авторський лексичний новотвір визначає як «мовленнєве утворення, що виникло в процесі індивідуально-творчого акту як наслідок свідомого порушення автором мовної норми» [4, с. 12].

В енциклопедії «Українська мова» знаходимо наступне визначення цього типу лексики: «Незвичне, здебільшого експресивно забарвлене слово, утворене на основі наявного в мові слова або словосполучення, іноді з порушенням законів словотворення чи мовної норми, що існує лише в певному контексті, в якому воно виникло» [32, с. 432]. Далі в енциклопедії вказуються основні особливості індивідуально-авторських неологізмів: вони зберігають

свою новизну, незалежно від реального часу їх утворення, тоді як неологізм може втрачати свою новизну, переходячи до активної чи пасивної лексики; індивідуально-авторські неологізми характеризуються невідтворюваністю та ненормативністю, творяться переважно морфологічними способами словотвору [32, с. 432]. До цих характеристик можна додати й те, що вони творяться за малопродуктивною чи взагалі непродуктивною моделлю та не пов'язані системними відношеннями з узуальною лексикою [3, с. 164].

Цікаву думку щодо визначення та функціонування індивідуально-авторських лексем висловив дослідник Б. Томашевський: «Неологізми – це такі слова, які створює сам митець, сам поет, письменник не для того, щоб дати їм загальний ужиток, увести їх до загальноживаної мови, в загальний словник, а для того, щоб читач відчував у процесі сприйняття самого художнього твору, як перед ним народжується нове слово. Неологізм повинен завжди сприйматися як певний винахід саме даного митця, він неповторний. Як тільки починають його повторювати, вводити до загального словника, він втрачає той стилістичний ефект, на який розраховував митець. Митець розраховує на неологізм як на слово, що створюється на очах у читача й виключно для даного контексту» [Цит. за 27].

Основною визначальною рисою авторських новотворів є те, що вони належать не до мови, а до мовлення. Вони є, у більшості випадків, вторинними по відношенню до тих слів, від яких вони утворені. Є дев'ять характерних ознак, «які відмежовують оказіональне слово від канонічного: 1) належність до мовлення, 2) створюваність (невідтворюваність), 3) словотвірна похідність, 4) ненормативність, 5) функціональна одноразовість, 6) експресивність, 7) номінативна факультативність, 8) синхронно-діахронна дифузність, 9) індивідуальна належність» [27, с. 432].

Ще однією характерною ознакою таких лексем, яку визнають усі лінгвісти, є контекстуальна або ситуативна належність. Більшість авторських неологізмів, які з'явилися в мовленні, так там і залишилися, не проникнувши в унормовану мовну систему. Тому ознаками оказіоналізмів є ще й те, що вони

завжди індивідуальні, і при відсутності певного контексту неможливо визначити їхнє точне значення, можемо їх сприймати лише як слова з можливими значеннями. Але, незважаючи на це, навіть поза контекстом okazionalizmi є завжди експресивними, що є їхньою «наскрізною ознакою» [28, с. 34].

Виникнення індивідуально-авторських неологізмів зумовлюється, як правило, певною ситуацією чи обставинами. Ці слова не претендують на загальнономовний вжиток. Серед основних причин виникнення індивідуально-авторських лексичних новотворів – пошуки автором найбільш досконалої форми для експресії своїх настроїв, думок, почуттів; необхідність у більш емоційно забарвлених словах порівняно з унормованою лексикою; прагнення до поетизації і оновлення мови; спроби уникнути заїжджених, трафаретних висловів.

Отже, слово або словосполучення, що створюється для позначення нового явища дійсності, називається неологізм. Неологізми – це спосіб розширити традиційні межі словотворення. Вони показують, наскільки та чи інша мова здатна відображати динамічний розвиток свого суспільства. Тому розвиток словотвірної системи мови, утворення нових словотвірних моделей, зміна вже існуючих, а також інші фактори зумовлюють розвиток мови.

Попри те, що існує така гостра необхідність вводити в обіг нові поняття, створюючи нові лексичні одиниці, теорія неології в англійській мові ще не стала самостійною галуззю лексикології. Хоча, саме в англійській мові спостерігається найвищий показник зростання неологізмів у світі. Цей показник сягає 800 нових слів на рік. Тому мовознавці змушені не лише фіксувати ці лексеми, а й досліджувати їх [3, с. 163].

З'являючись у мові, неологізм проходить кілька стадій соціалізації і лексикалізації. Нова лексична одиниця починає своє існування, як правило, в осередку діячів науки та культури: викладачів, вчителів, працівників засобів масової інформації. Пізніше, вона фіксується в друкованих виданнях. Наступний етап соціалізації – прийняття нового слова власне носіями мови.

Лише пройшовши ці етапи, неологізм починає проходити процес лексикалізації – набуття необхідних навичок правильно застосовувати неологізм у своєму мовленні, в залежності від контексту. Потрібно багато часу на те, щоб нові слова закріпилися у словниках, а ще більше – на те, аби увійшли в активний вжиток [1, с. 8]. Наприклад, ще кілька років тому словосполучення «*electronic virus*» було незрозумілим, і не мало значення. В наші дні воно є настільки зрозумілим і очевидним, як і звичні для всіх словосполучення, типу «*red bus*» або «*English breakfast*».

Отже, єдиного визначення терміна «неологізм» на сьогодні не існує. Більшість мовознавців розуміє під цим терміном мовленнєве утворення, яке виникає у процесі індивідуального творчого акту як результат свідомого порушення автором мовної норми.

1.2. Основні проблеми неології

Без сумнівів, неологізм – це складова процесу творення. Проте, у наш час немає одностайної відповіді на питання: які критерії залучення лексеми до неологізмів? Проаналізувавши визначення терміну «неологізм» з різних джерел, можна виділити дві основні точки зору. «Неологізм» застосовується і для новотворів, тобто до створених у відповідності до вже наявних у мові словотворчих моделей, які позначають нове, раніше невідоме, явище, наприклад, *clockpunk* – *клокпанк*, так і власне до неологізмів, тобто створення абсолютно нового синоніму до вже наявного у мові. При цьому, він передає конотативні відтінки слова, які накладаються на основне його значення. Наприклад, *boffin* (учений, що займається секретною військовою роботою) є синонімом слова *scientist*, проте має інший семантичний відтінок [43].

Ключові питання, які виділяють лінгвісти у сфері неології – систематизація та узагальнення вже існуючої теорії, міжпредметні зв'язки та їх побудова (особливо з етимологією, семасіологією, словотворенням, стилістикою, лексикологією, соціологією та ін.) Досі існує багато невирішених

завдань та нерозв'язаних задач у теоретичному та практичному аспектах неології.

Більшість авторитетних у цій сфері спеціалістів визнають найактуальнішими такі напрямки досліджень:

- проблема прийняття нового слова до списку неологізмів. Суть проблеми в тому, що перед тим як потрапити у словник, нова лексична одиниця проходить певний шлях протягом певного відрізка часу;
- незручність існуючої системи. Неврахування в ній соціальної диференціації мови та необхідність створювати спеціальні статті та примітки, що дозволили б маркувати неологізми;
- нечітка стилістична характеристика нових лексем, з чого випливає проблема прийняття до списку неологізмів одиниць сленгу, термінів, професіоналізмів та ін. [8, с. 77].

На сьогоднішній день не існує єдиної думки щодо правил віднесення нових слів до словників. Різні лінгвістичні школи висувають різні ідеї і бачення цієї проблеми. Основне питання, яким задаються вчені-неологи у цьому ключі: неологізми – це потужне джерело поповнення словників, чи створені на один раз okazіоналізми? Що стосується соціолінгвістики, є також невирішені питання. Річ у тім, що мовні тенденції – характеристики становлення лексичних норм – залежать від певних факторів (об'єктивних та суб'єктивних). Цими факторами є такі сусільні інститути: система освіти та соціально-культурних установ, засоби масової інформації та мовна політика. Процес появи, розвитку, розповсюдження та закріплення на письмі нових лексичних одиниць залежить від багатьох соціальних факторів. Останнім часом неологія ставить більший акцент на функціонально-прагматичному аспекті слів-новотворів, а також на врахуванні соціологічних факторів.

Отож, під час акту номінації переплітаються інтенції мовця та його індивідуальне смислове завдання. Людина, що створює неологізм (*originator*), має на меті показати свою оригінальність та індивідуальність. Пізніше, слово починає проходити процес соціалізації та лексикалізації у такій послідовності:

1. Сприймається посередниками (purveyors), які автоматично виконують функцію поширення слова в маси. Посередниками, як правило, є вчителі та викладачі, журналісти, інші діячі науки та культури.
2. Фіксація слова в періодичних виданнях.
3. Прийняття слова великою кількістю носіїв.
4. Процес лексикалізації.
5. Набуття комунікативно-прагматичної компетенції носіями мови, тобто здатність адекватно використовувати нову лексичну одиницю, залежно від мовленнєвої ситуації [25, с. 66].

Не існує єдного погляду на визначення терміну «неологізм», що донині є однією з найважливіших проблем теорії неології. Відзначимо, що існує певна нечіткість у стилістичній характеристиці неологізмів. Також, є проблема відмежування поняття «неологізм» від суміжних явищ, таких як okazіonalіzmi.

Зазначимо, що у різних мовах та у різні часи існували різні види номінування. Важливо, що номінативна функція мови проявляє себе не лише під впливом соціально-лінгвістичних факторів, а й в результаті суспільно-історичного досвіду носіїв тієї чи іншої мови. Таким чином, неологізми можна інтерпретувати як лексичні відповідники до зміни комунікативних та історичних умов. Адже, саме лексичний склад мови потребує постійних змін, що пояснюється новими потребами мовців (комунікативними та когнітивними). Серед неологізмів переважають слова-номінації, які є новими за формою і змістом.

Деякі вчені-мовознавці прагнуть піклуватися про чистоту рідної мови, тому уникають неологізмів та не визнають їх. Проте, не варто недооцінювати значення неологізмів для розвитку мови та збагачення її словникового складу. Саме неологізми виконують функцію вирішення суперечності, яка виникає між новими потребами мовців і вже існуючим складом мови. Тому, безперечно, нові слова заслуговують на увагу лінгвістів у вигляді нових

досліджень, публікацій збірок неологізмів, які ще не встигли зафіксуватися у словниках.

Підсумовуючи вищесказане, відмітимо, що словниковий склад англійської мови – одне ціле. Він не стоїть на місці, постійно змінюється, наповнюється, з'являються нові лексичні одиниці, деякі, навпаки, виходять з ужитку. Сфери, в яких найчастіше виникають неологізми – ті, в яких відбуваються інновації. Насамперед, це сучасні технології, наука, політичне та суспільне життя англійського народу, а також сфера ЗМІ та художнього мовлення. Проте найбільше неологізмів виникає у сфері інформаційних технологій, економіці та у повсякденному житті.

Залишається багато відкритих питань та невирішених проблем, якими повинна зайнятись неологія. Серед основних: проблема прийняття нового слова до списку неологізмів, незручність існуючої системи мови, нечітка стилістична характеристика нових лексем.

Отже, така галузь лінгвістики, як неологія, – широке поле для всебічного дослідження, вивчення та наукової діяльності. Зокрема, для кращого розуміння змісту нової лексеми, а також адекватності її перекладу, необхідно знати основні словотворчі моделі, за допомогою яких утворюються неологізми.

1.3. Словотворчі моделі неологізмів

Для виявлення основних моделей утворення неологізмів, необхідно в першу чергу розглянути основні способи їх творення. В процесі творення слів у сучасній англійській мові беруть участь наступні види словотворення: аббревіація, конверсія, відокремлення значення, афіксація, дезафіксація, основоскладання, компресія. Ці види словотворення можуть діяти самостійно або в поєднанні одне з одним. Розглянемо кожен з них детальніше.

Конверсія – утворення нового слова при переході даної основи в іншу парадигму словозміни. Наприклад, англійське *burn* (опік) було утворене конверсією від дієслова *to burn* (палити, обпикати). Тому, незважаючи на

зовнішню схожість, основне слово і його похідне є різними словами, семантичні відношення між ними можуть бути різноманітними. Конверсія – безафіксальний спосіб словотворення, в результаті якого утворюється категоріально відмінне слово, що збігається в деяких формах з вихідним словом. Слово, утворене конверсією, має інше значення [25, с. 81].

Основною передумовою створення нової мовної одиниці шляхом конверсії є зміна синтаксичного функціонування слова, супроводжуване зміною значення. Зміна звичного синтаксичного оточення необхідна для конверсії. Виділяються чотири різновиди конверсії: ад'єктивація (утворення прикметників); субстантивація (утворення іменників); адвербіалізація (утворення прислівників); вербалізація (утворення дієслів). Проте, існують слова, що випадково співпали за формою в період вирівнювання і відпадання закінчень. Тому, вони не є прикладом конверсії. Наприклад, *smellito* – *smell*.

З сучасної точки зору, всі категоріально різні спільнокореневі слова, що збігаються в окремих формах, незалежно від часу і способу творення, сприймаються як омоніми [25, с. 73].

Афіксація – спосіб творення слів за допомогою афіксів, тобто приєднання афіксів до кореня або основи слова. Афікси, що беруть активну участь у творенні нових слів, називаються продуктивними. Продуктивними в сучасній англійській мові афіксами вважаються: -ing, -y, -super, -ist, -mis, -re, -ed (*specialist, historian, capitalism, arrangement, dependency*) [34, с. 505].

В сучасній англійській мові зустрічається велика кількість споконвічних і запозичених афіксів. Проте, не всі з них беруть участь в словотворенні. За словами академіка В.В. Виноградова, афікси, що втратили своє значення, що стали непродуктивними і сприймаються лише як прикмета тієї чи іншої частини мови, перестають бути афіксами і лише потенційно зберігають властивість виокремлення. Існує кілька ознак, що дозволяють визначити, чи є афікс живим:

1. Афікс висловлює абстрактне значення, приєднуючись до твірної основи;

2. Афікс вживається для утворення нових слів не тільки від основ того походження, з якими він вперше з'явився в мові, а й від основ іншого походження;

3. Живий афікс повинен давати новоутворення;

4. Афікс володіє певною частотою вживання. Ступінь продуктивності афікса визначається частотою його вживання [20, с. 30].

Завдяки цим ознакам, під афіксами слід розуміти такі морфеми, які в своєму розвитку набули відповідних абстрактних значень, властиві цілому класу слів, і які, приєднуючись до основи слова, змінюють його значення.

Очевидно, що всі продуктивні афікси є живими, але не всі живі афікси є продуктивними. Під продуктивністю, перш за все, розуміється число слів, що виникло за період існування в мові даного афікса як словотвірного елемента, а також частота появи новоутворень з даними афіксом.

Зупинимося далі на проблемі афіксальної омонімії. Під афіксами-омонімами слід розуміти словотвірні елементи, що збігаються за своїм зовнішнім оформленням (звучанням і написанням), які вживаються для утворення слів від основ різних частин мови, і висловлюють диференційовані значення.

Отже, при тлумаченні того чи іншого афікса необхідно виходити не тільки з формальних його ознак, а й брати до уваги, головним чином, характер його вживання, походження і значення.

При встановленні закономірностей вживання афіксів в сучасній англійській мові враховується семантичний зв'язок між афіксами і твірними основами. Під семантичним зв'язком мається на увазі взаємозв'язок, за допомогою якого в мові виробляються нові слова не лише певної частини мови, але й від певного семантичного класу слів тієї частини мови, з якої афікс здатний поєднуватися. Така взаємозалежність пояснюється виключно значенням афікса, яке він висловлює, утворюючи нові слова, і значенням твірних основ [11, с. 21].

Дезафіксація – спосіб утворення слів, при якому словотвір відбувається шляхом відкидання суфікса або елемента, схожого з суфіксом. Наприклад, *to beg – beggar* [23, с. 44].

В сучасній англійській мові дезафіксація частіше зустрічається при компресії словосполучень і нейтральних утворень, і призводить до утворення складних слів, наприклад, *to vaccuum clean*.

Абревіація – утворення нових слів шляхом скорочення, усічення основи. Одиницею абревіації є абревіатура [20, с. 32].

Абревіатури діляться на прості і складні. Якщо абревіатура утворюється шляхом відкидання кінцевих або початкових складів основи, то ми називаємо її простою абревіатурою. Наприклад, *demo – demonstration*. Складні абревіатури, або складноскорочені слова складаються з початкових букв і складів слів, іноді разом з основою поєднання слів. Наприклад, *CEO-chief executive officer*. Абревіатури, які складаються з перших літер слів і основ називаються акронімами. Акроніми читаються по буквах, наприклад, *UNESCO*. Також, необхідно відрізнити лексичні абревіатури від графічних. Графічні абревіатури – символи, що використовуються замість слів. Це перші літери основ і слів. Графічні абревіатури можуть ставати словами. Багато абревіатур є оказіональними утвореннями, і є зрозумілими тільки в межах окремого тексту. Такі абревіатури, зазвичай, пояснюються в самому тексті при першому їх згадуванні [8, с. 76].

Відокремлення значення – особливе явище, схоже з іншими способами словотворення лише за кінцевим результатом: при відокремленні значення, як і при інших видах словотворення, утворюється нова мовна одиниця.

До новоутворень слід відносити не тільки ті слова, які вже зареєстровані словниками неологізмів і списками нових слів, а й потенційні слова. Тобто, такі новоутворення, які створюються в процесі мовлення з матеріалу, наявного в словниковому складі мови, за існуючими в мові зразками. Ці утворення зрозумілі всім, хто користується мовою, хоча вони ще не входять у словниковий склад як готові одиниці мови. Надалі, якщо такі

слова створюються вдало і якщо існує суспільна потреба в таких словах, вони підхоплюються іншими мовцями, відтворюються в численних актах звернення, і таким чином стають реальними мовними одиницями [25, с. 82].

Потенційними словами можна вважати такі утворення, як *out-of-the-wayness* (від складного *out-of-the-way* – віддалений, далекий; незвичайний, дивний), *honeymooners* (від складного дієслова *to honeymoon* – проводити медовий місяць). Ці слова, очевидно, поки що не зареєстровані в словниках англійської мови.

Під час аналізу способів творення неологізмів, слід звернути увагу також на класифікацію неологізмів за Луї Гілбертом. Він виділяє наступні групи неологізмів за способом творення [42]:

Фонологічні неологізми. Створюються з окремих звуків або своєрідних конфігурацій звуків. У цих неологізмах відчувається деяка штучність. Подібні поєднання звуків нерідко поєднуються з морфемами грецького або латинського походження. Прикладами таких слів можуть служити назви хімічних речовин: *antiozonant*, *humectant*, *propellant*. Такі неологізми носять назву власне фонологічних неологізмів. У цю ж групу входять слова, утворені від вигуків: *zizz*, *tobuzz*, *snar*. І, нарешті, до цієї ж групи умовно відносяться нові вигуки типу: *bazinga*, *yippee*, *whammo*, *yowza* [42].

Запозичення. Неологізми цієї групи відносяться до сильних неологізмів. Загальною тенденцією для них є здатність фонетичної дистрибуції, що не характерно для англійської мови. Запозичення, в свою чергу, можна розділити на чотири групи:

1) власне запозичення. Основне джерело цих неологізмів – французька мова. Новою тенденцією є збільшення запозичень з африканських та азійських мов, особливо з японської. Неологізми цієї категорії найчастіше передають поняття в галузі культури, суспільно-політичного та повсякденного життя.

2) варваризми – неасимільовані або слабкоасимільовані в англійській мові одиниці, що відрізняються найбільшим ступенем новизни, наприклад: *voila, balalaika, vendetta*.

3) ксенізми – неологізми, що відображають реалії, специфіку побуту країни, наприклад: *kung-fu, ninja, burrito*. Ксенізми складають 14% від всіх запозичень і володіють більшим ступенем новизни, ніж варваризми.

4) кальки формують четверту групу.

2. Морфологічні неологізми, створені за зразками, які існують у мовній системі, та з морфем, наявних в даній системі. Розглянемо докладно наступні кілька груп.

Афіксальні неологізми. Число афіксів, що використовуються при утворенні нових слів, на сьогоднішній день вкрай високе. Звісно, найбільшим ступенем новизни володіють одиниці, створені за допомогою нових афіксів та напів-афіксів. Їх кількість невелика. Найбільш часто вживані такі афікси: -on, -ase, -sd, -nik, -manship, есо-, mini-, maxi-, mega-, cine-, -oholic, -gate, – natcher, a-, flexi-, -ment, -ity [47, с. 66].

Характерна риса сучасних афіксів полягає в тому, що вони строго термінізовані і закріплені за певною науково-технічною сферою. Наприклад: *accompaniment, acetylcholine, serendipity*. Багато словотворчих моделей є результатом виокремлення з неологізмів словотворчих елементів, таким чином афікси розширюють своє значення або змінюють його.

Словоскладання. В останні десятиліття роль словоскладання значно зростає. А кількість моделей, за рідкісним винятком, залишається без змін. Найбільш поширеними моделями є:

N (noun) + N (noun) – N (noun) або A (adjective) + N (noun) – N (noun).

Наприклад: *crowdsourcing, rickwad, moon-basing* [49, с. 160].

Іншою моделлю, яка має підвищений ступінь продуктивності є:

PartII (participle II) + A (adverb): *laid-back, belled-wide*. Слова цієї моделі найчастіше можна зустріти в ситуаціях неформального спілкування.

Численну групу складають слова, утворені за такою моделлю:

V (verb) + PP (preposition). Вживання слів, побудованих за цією моделлю так само обмежена рамками ситуацій побутового спілкування (просторічна лексика). Наприклад: *be-in, awrite-off, liein, a pay out*.

В наші часи в англійській мові з'явилися нові моделі словотворення, ось найпродуктивніші з них:

- Abbr (abbreviation) + N (noun) – N (noun). Наприклад: *e-commerce, i-phone*.
- Participle + N (noun) – A (adjective): *off-the-shelf*.
- N (noun) + Particle – A (adjective): *hands-on*.

Можна зустріти і більш складні моделі, наприклад:

- N (noun) + Prepositional Phrase + N (noun) – N (noun): *right-to-work law* [53, с. 128].

Очевидно, що всі компоненти словотворчих моделей можуть мінятися місцями, утворюючи при цьому іншу модель.

Конвертовані неологізми. Моделі конвертованих неологізмів:

N (noun) – V (verb) та V (verb) – N (noun) значно знизили свою активність. Це пов'язано з тим, що в англійській мові іменники легко утворюються від дієслів шляхом афіксації. Це також характерно і для дієслів, наприклад: *downloads* від дієслова *to download*, *jetting* від іменника *jet*. Для конвертованих неологізмів, так само як і для неологізмів, утворених шляхом афіксації і словоскладання, характерна тенденція до утворення багатокомпонентних структур типу: *work-to-rule* – виступ робітників з вимогами дотримуватись всіх пунктів трудового договору.

Таким чином, при конверсії відбувається збагачення змісту поняття, тобто додаються нові семи.

Скорочення. До четвертої групи морфологічних неологізмів відносяться скорочення. Це найбільш продуктивний і регулярний в останні десятиліття спосіб утворення морфологічних неологізмів. Він є наочним прикладом, що відображає тенденцію до раціоналізації мови, до економії мовних зусиль. Виділяють чотири види скорочень:

1) неологізми-аббревіатури. Найчастіше аббревіації піддаються технічні терміни. Зазвичай, аббревіатури вживаються частіше, ніж терміни. Як правило, аббревіатури вимовляються по буквах. Наприклад: *E.T.A.* – *estimated time of arrival*, *R.N.* – *registered nurse*;

2) неологізми-акроніми: *SEC- Security and Exchange Commission*, *SEATO* – *Southeast Asia Treaty Organization*;

3) неологізми-усічення складають найбільшу групу: *grad- graduated, fl-flourished*;

4) неологізми-злиття. Серед неологізмів останніх десятиліть намічається тенденція до збільшення одиниць цього типу: *staycation* – *stay + vacation*, *chillax* – *chill + relax* [5, с. 14]. Основна маса таких слів використовується в засобах масової інформації та в рекламі. Вони привертають увагу і спрявляють певний ефект на читача, завдяки своїй свіжості та новизні.

Отже, існують різні словотворчі моделі неологізмів, що засвідчує активний розвиток словотворення на сучасному етапі розвитку англійської мови. В процесі творення слів у сучасній англійській мові беруть участь наступні види словотворення: аббревіація, конверсія, відокремлення значення, афіксація, дезафіксація, основоскладання, компресія. Ці види словотворення можуть діяти самостійно або в поєднанні одне з одним.

1.4. Труднощі перекладу неологізмів

Насамперед відзначимо, що слово як лексична одиниця в англійській та українській мовах не завжди може збігатися. Найчастіше одному слову в українській та англійській мовах може відповідати складне слово або ціле словосполучення. Особливо це стосується неологізмів. Неологізм виражає поняття про предмет або явище дійсності сукупністю значень. У свою чергу, під значенням маються на увазі речове значення слова, називне та емоційне [21, с. 229]. Речовому значенню слова відповідає окреме поняття, за яким стоїть предмет, явище у реальній дійсності. Щоб здійснити правильний вибір слова при перекладі неологізму, слід правильно проаналізувати

лексичне значення неологізму, тобто підібрати в українській мові те слово, яке найкраще відповідатиме за значенням англійському. Іноді перекладач стикається із ситуацією, в якій йому доводиться вводити додаткову українську лексему, щоб цілісно передати значення англійського слова.

Найчастіше питання статусу неологізму ставиться у працях з основ перекладу, зокрема під час перекладу безеквівалентної лексики. Це можна пояснити тим, що для фіксування унікальних елементів та явищ культури необхідне «дзеркало», в якому за певного висвітлення конкретного явища відобразиться і його своєрідність та самобутність. Таким «дзеркалом» є інша культура. При порівнянні виявляються культурно значущі поняття, наявність чи відсутність яких і формує специфіку кожної з порівнюваних культур.

Для визначення безеквівалентної лексики спочатку необхідно розглянути таке поняття як «еквівалентність». Дослідники відзначають, що переклад має зберегти стиль автора, семантику та стилістику оригіналу; він повинен нести те саме смислове навантаження і мати той самий емотивно-експресивний вплив на читача, що й оригінал [37, с. 82]. Відповідно еквівалентними словами є ті слова, лексичні поняття яких є міжмовними. Вони передаються за допомогою еквівалентного перекладу.

Питання еквівалентності перекладу пов'язані з проблемою вибору одиниці перекладу, якою може бути одиниця будь-якого рівня мови – від фонем чи графем до цілого тексту. При цьому протягом одного і того ж тексту одиниця перекладу може постійно змінюватися: одна з головних труднощів перекладу полягає в необхідності знаходити для кожного конкретного випадку потрібну одиницю перекладу.

Протиставленням еквівалентній лексиці є безеквівалентна лексика, сенс якої неможливо повністю передати на мові перекладу, тому перекладачеві часто доводиться вдаватися до пояснень або описових виразів. Чим складніше у сенсовому плані текст, тим частіше зустрічається безеквівалентна лексика. Підходи до визначення цього терміну дуже різноманітні: деякі дослідники під безеквівалентною лексикою розуміють реалії [37, с. 107], інші вважають, що

це слова, яких немає в інших культурах та мовах та фразеологічні та лексичні одиниці, які не мають перекладацьких еквівалентів у мові перекладу [53, с. 78], а треті вважають, що це слова, які не перекладаються іншою мовою [52, с. 90].

М. Бейкер розділяє безеквівалентну лексику на: 1) власні імена, географічні назви та назви установ, газет, та ін. 2) реалії, неологізми та 3) випадкові лакуни (слова однієї мови, для яких немає лексичних аналогів в іншій мові) [36, с. 215].

Т. Ніда поділяє безеквівалентну лексику на: 1) референційно-безеквівалентну лексику, яка у свою чергу поділяється на: а) терміни; б) індивідуальні (авторські) неологізми; в) семантичні лакуни; 2) слова широкої семантики; 3) складні слова: 4) реалії [45, с. 45].

Вчені по-різному трактують співвідношення понять «неологізм» та «безеквівалентна лексика». Так, деякі автори рекомендують розуміти безеквівалентну лексику як синоніми неологізмам, інші, навпаки – ширше. У свою чергу, також існують прихильники теорії повної неперекладності даних одиниць іншою мовою. Наприклад, Т. Ніда під безеквівалентною лексикою має на увазі слова, «відсутні в іншій культурі та іншій мові» [45, с. 121]. Л. Орландо пропонує наступне розмежування даних найменувань: «слово може бути неологізмів по відношенню до всіх або більшості мов, а безеквівалентним – переважно в рамках цієї пари мов, це означає, що список неологізмів цієї мови буде більш-менш постійним, у той час як словник безеквівалентної лексики виявиться різним для різної пари мов» [47, с. 43]. Таким чином, безеквівалентну лексику пропонується розуміти у ширшому розумінні, ніж мовні неологізми, які є одними з її складових компонентів у вигляді «самостійного кола слів» [47].

С. Баснет до безеквівалентної лексики відносить слова та стійкі словосполучення (лексичні одиниці) цієї мови, які «не мають ні повних, ні часткових еквівалентів серед лексичних одиниць іншої мови» [37, с. 93-95].

Тим часом М. Агар розцінює мовні неологізми як одну з категорій (груп) безпосередньо безеквівалентної лексики, помічаючи, що даний пласт лексики

включає одиниці, які не мають «регулярних відповідностей у мові перекладу» [35, с. 81].

Отже, погоджуємося з думкою, що неологізми, зокрема мова йде про неунормовані, не записані у словниках неологізми, є частиною безеквівалентної лексики. Для їх перекладу не існує еквівалентів в іншій мові, тому чимало дослідників говорить про її неперекладність.

Дослідники, які пишуть про перекладність і неперекладність, розглядають цю проблему з різних точок зору і тому далеко не завжди мають на увазі під цими термінами або квазітермінами те саме. Так, добре відома позиція Дж. Кетфорда, який запропонував розрізняти лінгвістичну та культурну неперекладність. Перша пояснюється розбіжністю формальних елементів вихідної мови та мови перекладу. Друга – відсутністю у культурі мови перекладу тих чи інших понять, релевантних тексту оригіналу (тобто, власне, лакуни і реалії) [38, с. 90].

Отже, намітимо загальними штрихами, з яких позицій розглядатимемо неперекладність ми. З самого початку підкреслимо, що неперекладність, на наш погляд, не слід змішувати з відсутністю перекладу. Іншими словами, не повинно визнаватись неперекладним те, що перекласти можна, навіть якщо це дуже важко. Так, ми вважаємо, що в більшості випадків неологізми не варто вважати неперекладними. Можливо, якомусь перекладачеві, який працював у певних умовах та часових рамках, успішно передати неологізм не вдалося, але саме по собі це не означає, що задовільне рішення не могло бути знайдено у принципі. Підсумуємо: неологізми хоч і є безеквівалентною лексикою, проте перекладною.

Основні труднощі у перекладі неологізмів – це з'ясування значення нового слова [54, с. 16]. Власне переклад неологізму, значення якого вже відомо перекладачеві – завдання порівняно простіше, і вирішується воно шляхом використання різних прийомів та способів перекладу залежно від того, до якого типу слів належить цей неологізм.

Спеціальних прийомів перекладу неологізмів немає. При роботі з неологізмами перекладач має дві можливості передати дані лексичні одиниці іншою мовою: використовувати запропонований двомовними словниками еквівалент (за його наявності); запропонувати власний варіант перекладу (за відсутності зафіксованого у двомовних словниках еквівалента). У ряді прикладів маємо наступне:

- *Deskfast* (breakfast eaten at one's desk at work) – сніданок на робочому столі (їжа (сніданок) на робочому столі в робочий час)

- *Phubbing* – це фаббінг (поведінка, коли ми не звертаємо увагу на інших, а більше приділяємо увагу мобільному телефону або іншим електронним пристроям, ніж людині)

- *Responsive website design* (website design which allows for optimal viewing irrespective of which device is being used to view the site) – чуйний дизайн веб-сайту (веб-дизайн, який дозволяє перегляд незалежно від того, який пристрій використовується для перегляду сайту).

Велика кількість неологізмів не має відповідності у словниках і стала об'єктом авторського перекладу:

- *WikiCell* (a type of edible food packaging) – ВікіСел (тип їстівної упаковки продуктів)

- *Chiplet* (a very tiny electronic circuit) – чіплет (дуже тонка електросхема)

- *Avozilla* (a very large avocado) – авозила (дуже великий авокадо) [39].

При використанні зафіксованих у двомовних словниках відповідностей у перекладача, зазвичай, немає особливих труднощів у процесі перекладу неологізмів. Єдине, що слід відзначити, це те, що за наявності у словнику двох і більше відповідностей перекладу неологізму, перекладач повинен враховувати контекст і прагматичну установку перекладу при виборі найбільш відповідного варіанта. Основна проблема перекладача полягає у передачі неологізмів, які не відповідають словникам. Тут ми зупинимося на основних труднощах. Значну складність для перекладу складають неологізми, в основі значення яких лежить якийсь образ. Прикладом такого утворення може бути

наступний неологізм: *bank of mom and dad* (person's parents regarded as source of financial assistance or support) [39]. При перекладі даного англійського неологізму можна підібрати функціональний аналог, взявши за основу тлумачення неологізму в англо-англійському словнику: *батьківська підтримка* (випадок, коли батьки допомагають своїм дітям фінансово). Попри те що, що запропонований варіант позбавляє образності, він вирішує проблему адекватності перекладу, оскільки передає закладений в англійському неологізмі сенс.

Прикладами підбору функціонального аналога при перекладі неологізмів з англійської є також наступні:

- *Face ironing* – розгладжування зморшок (косметична процедура, спрямована на скорочення зморшок).

Підбір функціонального аналога при перекладі неологізмів використовувався і в наступних прикладах, але вже в поєднанні з такою лексичною трансформацією, як генералізація:

- *Ghost gazumping*, even though there are no rival bidders – підвищення ціни (під час продажу будинку підвищення ціни після досягнення домовленості ціни, навіть за відсутності інших покупців)

- *Friendvertising* – це мережна реклама (використання «друзів» у соціальних мережах для розповсюдження відео оголошення товарів)

- *No-poo* – відмова від шампуню (нова тенденція в косметології, спрямована на відмову від шампуню) [39].

Вибір на користь генералізації у наведених прикладах обумовлений, передусім, тим, що описовий переклад був надто громіздким. При необхідності, у контексті, цей варіант перекладу може бути уточнений за рахунок введення, наприклад, коментаря у виносці.

При перекладі наступного неологізму можна підібрати функціональний аналог. Заснований на тлумаченні в словника, даний варіант перекладу передбачає використання лексичної (*neck* – зморшки) та граматичної (трансформація форми однини у множину) замін: *techneck* (wrinkles in the neck

area)) – *технічні зморшки* (зморшки в області шиї, спричинені тим, що людина дивиться вниз на телефон, планшет тощо).

Прикладами випадків, коли при перекладі англійських неологізмів на українську мову перекладацьке рішення приймалося на підставі, перш за все, тлумачення, пропонованого англо-англійським тлумачним словником, виступають наступні:

- *Pet-nup* (a pre-nuptial agreement about who will have care of a pet in the event of a marriage ending) – шлюбний договір про поділ обов'язків щодо догляду за твариною (шлюбний договір про те, хто буде здійснювати догляд за твариною у разі розірвання шлюбу)

- *Cinderella surgery* (cosmetic surgery to the feet) – пластична хірургія ніг

- *Dadding* (carrying out the duties of a father) – виконання батьківських обов'язків.

Оскільки в українській мові відсутні еквіваленти аналізованих понять, використовується описовий переклад, який, незважаючи на певну громіздкість, повною мірою розкриває значення одиниці, що перекладається.

Переклад низки неологізмів здійснюється у кілька етапів: *digital detox* – цифрова детоксикація (час, який людина проводить, не користуючись смартфоном чи комп'ютером, з метою знизити стрес від дії цих пристроїв) [39].

Отже, основна складність у перекладі неологізмів полягає у з'ясуванні значення нового слова. Власне переклад неологізму, значення якого вже відомо перекладачеві – завдання порівняно простіше, і вирішується воно шляхом використання різних прийомів та способів перекладу залежно від того, до якого типу слів належить цей неологізм.

Сформулюємо основні рекомендації щодо перекладу неологізмів.

1. Спробувати розкрити значення неологізму. Розкриття значення неологізму здійснюється через: а) використання словника. Якщо нове слово відсутнє в англо-українському словнику, слід спробувати знайти його в англо-англійському тлумачному словнику. Як відомо, у словнику Вебстера та інших

англо-англійських словників є спеціальні розділи «Нові слова» (New Words Section). Слід прагнути користуватися словником, виданим останніми роками, оскільки за перевиданнях розділ неологізмів зазвичай значно поповнюється. Деякі нові слова можуть бути знайдені у словниках та розділах, присвячених сленгу;

б) з'ясування значення неологізму із контексту. Найчастіше перекладачеві доводиться з'ясовувати значення неологізму з контексту, використовуючи відомі прийоми. Іноді для правильного розуміння неологізму необхідно враховувати історію його виникнення, різноманітні літературні та фактичні асоціації, пов'язані з новим словом;

в) аналіз структури неологізму та з'ясування його значення. Нові слова в мові не виникають на порожньому місці, вони створюються на базі існуючих слів і морфем, часто на основі аналогії. Аналіз значення таких слів і морфем може надати перекладачеві серйозну допомогу в з'ясуванні значення неологізму. Щоб вміти правильно аналізувати структуру нового слова, перекладачеві важливо добре володіти основними способами створення слів в англійській мові. При розшифровці сенсу новоутворень у мові часто доводиться з'ясовувати значення слова з контексту, також необхідно враховувати його етимологію, різні літературні та фактичні асоціації, структурні та семантичні особливості.

2. Перевірити запропонований варіант на можливе використання іншими перекладачами, авторами. Така перевірка можлива у Google.

Отже, спеціальних прийомів перекладу неологізмів немає. Особливості перекладу кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить (терміни, назви, синоніми до слів, які вже мають відповідність у мові тощо).

Висновки до Розділу 1

1. Єдиного визначення терміна «неологізм» на сьогодні не існує. Більшість мовознавців розуміє під цим терміном мовленнєве утворення, яке виникає у процесі індивідуального творчого акту як результат свідомого

порушення автором мовної норми. Для позначення новостворених слів використовують різні терміни, зокрема такі як «лексичний новотвір», «індивідуально-авторський новотвір», «авторський неологізм», «неолексема», «оказіоналізм», «оказіональне слово», «лексична інновація». У рамках нашого дослідження усі ці терміни використовувалися як синонімічні для позначення нових, незафіксованих словником слів, які існують у межах того чи іншого лексикону.

2. Словниковий склад англійської мови – одне ціле. Він не стоїть на місці, постійно змінюється, наповнюється, з'являються нові лексичні одиниці, деякі, навпаки, виходять з ужитку. Сфери, в яких найчастіше виникають неологізми – ті, в яких відбуваються інновації. Насамперед, це сучасні технології, наука, політичне та суспільне життя англійського народу, а також сфера ЗМІ та художнього мовлення. Проте найбільше неологізмів виникає у сфері інформаційних технологій, економіці та у повсякденному житті.

3. Існують різні словотворчі моделі неологізмів що засвідчує активний розвиток словотворення на сучасному етапі розвитку англійської мови. В процесі творення слів у сучасній англійській мові беруть участь наступні види словотворення: аббревіація, конверсія, відокремлення значення, афіксація, деафіксація, основоскладання, компресія. Ці види словотворення можуть діяти самостійно або в поєднанні одне з одним.

4. Основні труднощі в перекладі неологізмів полягають у з'ясуванні значення нового слова. Власне, переклад неологізму, значення якого вже відомо перекладачеві – завдання порівняно більш просте, і вирішується воно шляхом використання різних прийомів і способів перекладу в залежності від того, до якого типу слів належить даний неологізм. Спеціальних прийомів перекладу неологізмів не існує. Особливості перекладу кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить (терміни, назви, синоніми до слів, які вже мають відповідності в мові та ін.).

При використанні зафіксованих в двомовних словниках відповідників у перекладача, як правило, не виникає особливих труднощів в процесі перекладу

неологізмів. Єдине, що слід відзначити в цьому контексті: при наявності в словнику двох і більше відповідників перекладу неологізму, перекладач повинен враховувати контекст і прагматичну установку перекладу при виборі найбільш відповідного варіанту.

РОЗДІЛ 2.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ НЕОЛОГІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

2.1. Неологізми в газетному та Інтернет дискурсах

Газетний дискурс представлений медіатекстами, за допомогою яких здійснюється масова комунікація, які виконують особливі функції та їх дослідження має свою специфіку [50, с. 202].

Під медіатекстом розуміємо вербальний мовленнєвий твір, створений для реалізації опосередкованої комунікації у сфері мас-медіа та який характеризується яскраво вираженою прагматичною спрямованістю, основною метою якого є соціальне регулювання. О. Чайковська наголошує, що медіатекст – це модель ситуації чи події, показана крізь призму індивідуального сприйняття автора; це особливий тип реальності – медіареальності, яка є продуктом інформаційної діяльності людини і яка характеризується особливим символічним простором – медіапростором – та особливим часом – медіачасом, а також особливою системою цінностей орієнтацій і координат [52, с. 25].

Медіатексти фіксують реальні події, занурюють їх у мінливий соціокультурний простір і навантажують додатковим інформаційно-культурним змістом, що потребує особливої підготовки реципієнта, споживача інформації, до інтерпретації всіх тематичних і семантичних кодів текстів медіа.

У текстологічній лінгвістиці залишаються відкритими питання типології текстів та визначення основних категорій, які можна покласти в основу поділу текстового континууму. Відсутність загальноприйнятої класифікації вчені пояснюють «характеристикою тексту загалом і неможливістю встановлення конкретних обчислень текстів» [28, с. 23]. Слід пам'ятати, що в основу типології медіатекстів можуть бути покладені будь-які ознаки тексту –

інформаційні, функціонально-стилістичні, структурно-семіотичні чи комунікативні, на перетині яких один і той самий текст належатиме до різних груп.

Наприклад, дослідники класифікують медіатексти за впливом на аудиторію так:

- тексти, метою яких є вплинути на свідомість масової аудиторії, принципово створені таким чином, щоб вони могли негайно відгукнутися будь-якій особі чи соціальному інституту;
- нейтральні тексти, які не розраховані на негайну реакцію [52].

Звісно, що неологізми вживатимуться радше у текстах, спрямованих на викликання реакції у реципієнта, оскільки ці одиниці мають значне прагматичне спрямування.

Ми здійснили семантичний аналіз неологізмів на базі сучасних англomовних газет з метою виявлення поточних тенденцій цих лексичних одиниць. Для виконання представленої вище мети були виділені основні тематичні категорії неологізмів, представлених в англomовних газетах.

1. Однією з найбільш широко представлених категорій неологізмів в сучасних англomовних газетах є категорія «Люди та суспільство». Серед основних тематичних підкатегорій ми виділили:

- Найменування індивіда за характерною для нього поведінкою, звичками та іншими факторами (тобто передбачається присутність архісем «людина», «представник певної соціальної групи»), причому, такі слова, як правило, мають негативне оцінне конотативне значення внаслідок несхвалення смаків чи дій людини. Наприклад, *guardianista* (образливе поняття, що використовується коментаторами правого крила (партії) для опису ліберального/ лівого) класу та їх ліберальної програми (зірок, традиційно представлених газетою The Guardian)) [39], що включає семи «читач газети the Guardian», а також «представник середнього класу», «зайво ліберальних поглядів», «надмірно політично коректний» (згідно зі

стереотипом). Наприклад: *Hasta La Vista **Guardianista!** Renegade Inc. What does the Guardian really stand for?* [66].

Немає сумніву в тому, що для представників правого крила, тобто консерваторів, самі слова "left", "liberal", що символізують протилежний погляд на управління країною, сприймаються як щось неправильне, небажане і мають на увазі наявність закладеного оцінного елемента несхвалення.

Існують також неологізми, що належать до цієї підкатегорії, але не мають негативної конотації. Вони просто відносять людину до певної соціальної групи, тим самим характеризуючи її (як, наприклад, *couponer* або *foodie*, що означають "a person who often uses coupons to buy smth" – людина, яка часто користується купонами на знижку при придбанні різних товарів та "a person who has an ardent or refined interest in food" – людина, яка має палкий і вишуканий інтерес до їжі [39]). Наприклад: *Extreme **couponers** don't buy an item when they need it -- they buy it when they can get it at the lowest price* [howstuffworks]; *The **Foodie** camera app is the essential companion for the modern sociable foodie* [61].

Проте неологізми такого плану є меншістю. Наприклад, *drink-drive* (відповідно до дефініції "to operate a vehicle while one's blood alcohol content is above the legal limit set by statute" – керувати транспортним засобом у стані, коли вміст алкоголю крові перевищує обмеження, встановлене законом [39]) означає «порушення закону», «протиправне діяння». Наприклад: *BAFTA-winning director Jonathan Gales killed in suspected **drink-drive** smash aged 36* [60].

Однак більш часті випадки вживання неологізмів, які характеризують вчинення певної дії саме по відношенню до інших людей. Наприклад, *to greenwash (smb)* ("to make people believe that you are doing more to protect the environment than it really is" – змусити інших повірити те, що ви робите більше для захисту навколишнього середовища, ніж насправді [39]). Наприклад: *How **Greenwashing** Affects the Bottom Line* [59].

2. Цілком іншу сферу суспільного життя представляє тематична категорія "TV, music and newspapers" («Телебачення, музика та газети»). Серед найбільш яскраво представлених тематичних підкатегорій було виділено:

- Найменування представників медійної сфери («друкованого» слова, телебачення, радіо). Архісемою в цих випадках є «представник журналістики», «журналіст», «працівник телебачення або радіо», залежно від галузі трудової діяльності людини. Яскравим прикладом «представника журналістики» є неологізм *rumourazzi*, заснований на контамінації слів "rumour" і "paparazzi". Дослівно він означає "column writers, whose articles are mostly based on gossips about famous people" [43], тобто письменники колонок (наприклад, таблоїдів), чії статті здебільшого присвячені чуткам про знаменитостей. Таким чином, на негативний, загалом, образ папарацці нашаровується ще негативна емоційна конотація слова "rumour", пов'язана з порушенням принципу недоторканності особистого життя людини, що виводить нас на вкрай негативне сприйняття неологізму *rumorazzi*. Наприклад: *Teenage Engineering OB-4 – #178 by rumorazzi* [66].

У порівнянні з ним, неологізм *paperazzi*, утворений шляхом параморфози від оригінального "paparazzi", сприймається менш негативно, незважаючи на те, що, по суті, означає тих же письменників колонок, чії статті присвячені особистому життю знаменитостей [39]. Зумовлено це тим, що сама форма слова (присутність нейтрального "paper" замість негативного "rumour") знижує інтенсивність негативної конотації слова. Наприклад: *Established in 2010, Paperazzi Magazine broke into the world of lifestyle magazines and brought an edge that was much needed at the time* [66].

Архісему «працівник телебачення» має неологізм *actorvist*, що визначається як "an actor, who is also an activist" – актор, який крім цього, є активістом [39]. Відповідно диференціальними семами є «актор», та «людина, що займається активною суспільною діяльністю». Дослідження не показало стійкої позитивної або негативної конотації щодо цього неологізму, тому для його визначення необхідний контекст або вказівка конкретної людини.

Наприклад: *Award-Winning "Actorvist" Michael K. Williams Becomes an Innocence Ambassador* [66].

- Найменування процесів, представлених чи вироблених медійною сферою, і навіть їх результат. Ця група представлена у значно меншому обсязі в рамках цієї тематики. Проте нами було розглянуто кілька наочних прикладів цієї підкатегорії. Прикладом може служити неологізм *infoganda*, що визначається як "the process of designing a fake or misleading news story in order to further a hidden agenda" – новини, не відповідні дійсності, придумані для того, щоб реалізувати будь-який прихований замисел [39]. Безсумнівно, семи "fake", "misleading", "hidden", сприйняті негативно через їх лексичне значення, тому дають негативний оцінний і емоційний компонент цьому визначенню і, відповідно, слову. Наприклад: *"They created a whole new category of fake news – infoganda," Rob Corddry said* [75].

Більше того, в самій структурі слова (утвореного шляхом контамінації "information" + "propaganda"), компонент – "propaganda" має сильну негативну конотацію, так як має на увазі «ідеї або стани, які є помилковими або розповсюдженими і які створюються, щоб сприяти політичному управлінні, владі» [43]. Таким чином, *infoganda* є, по суті, різновидом пропаганди, що сприймається як негативне явище, інформування людей хибними або перебільшеними ідеями та новинами заради держави, представників влади, політичних сторін та інших осіб.

Архісему «найменування процесу, виробленого медійною сферою» має і неологізм *Oprahization*, що відсилає нас до великої фігури американського телебачення – телеведучої Опри Вінфрі. Дослівно слово *Oprahization* розуміється як "the increased tendency for people to publicly describe their private feelings and emotions and confess their past indiscretions" – тенденція людей ділитися своїми почуттями і емоціями публічно і визнавати помилки минулого [39] або, більш коротко, як "information" – поширення на публіці особистої інформації, як результат манери поведінки самої телеведучої та стиль ток-шоу,

які вона веде. Наприклад: *The Oprahization of America: Sympathetic Crime Talk and Leniency* [66].

Яскравим прикладом «результату процесу, виробленого медійною сферою» може бути неологізм *infobesity*. Утворений шляхом контамінації слів "information" та "obesity", *infobesity* означає "information overload produced by media" – надлишок інформації, що подається ЗМІ [39], що призводить до значної ролі префікса "over" у визначенні лексичного значення. У цьому разі він відповідає українському слову у значенні «занадто багато», і, безумовно, є показником негативного сприйняття його носіями мови. Наприклад: *'Infobesity': How queen coverage could fuel 'news fatigue'* [75].

Отже, ми знову маємо неологізм зі значенням негативного, небажаного, несприятливого впливу на людей медійної сфери, що дозволяє констатувати деяку тенденцію суспільних настроїв по відношенню до ЗМІ, а саме сприйняття мас-медіа як деякого фактора надмірного впливу (значення "over").

Загалом випадків неологізмів, що використовуються в рамках даної тематичної категорії, не дуже багато, але вони відрізняються активно вираженою конотацією та яскравою образністю, завдяки чому легко сприймаються і запам'ятовуються, а отже, прокладають собі шлях до лексикалізації та інституалізації мовою.

3. «Економіка» – категорія, активно представлена в англомовних газетах, і для вербалізації цієї категорії використовуються різні семантичні групи неологізмів:

- *QE – Quantitative Easing* – введення Центральним банком нових грошей у наявну кількість грошей [39]. Наприклад: *Policy makers 'behind the curve' as calls grow for slow rises in interest rates and end to quantitative easing* [74];

- *credit crunch* – період, коли економіка країни знаходиться в поганому стані, а банки не бажають позичати багато грошей [39]. Наприклад: *The day the credit crunch began, 10 years on: 'the world changed'* [74];

- *stagflation* – поєднання стагнації та інфляції, що стосується економіки, яка страждає від застійного економічного зростання, а інфляція продовжує зростати [39]. Наприклад: *The current environment of soaring commodity prices, high inflation and major geopolitical uncertainties has very logically reminded analysts of the 70s and therefore of the threat of "stagflation"* [74].

4. Останньою тематичною категорією буде розглянута «Політика» через її яскраву роль у творенні неологізмів у мові сучасних газет. Найбільш широко представленими підкатегоріями, за нашими спостереженнями, стали:

- Прихильність до тих чи інших політичних поглядів, що висуваються політичним діячем або групою (партією). Неважко відзначити існуючу тенденцію назвати ідеологію на честь політичних представників, що дотримуються її (зазвичай за допомогою суфікса -ism). За цим принципом були утворені *blairism* ("the political ideology of the former leader of the Labour Party and Prime Minister Tony Blair" – політична ідеологія колишнього лідера Лейбористської партії і прем'єр-міністра Тоні Блера [39]), що відображає прихильність будь-кого до його центристської, за словами експертів, політики. Наприклад: *Labour should forget 'Blairism' and reclaim Blair's early radicalism* [74].

На нашу думку, даний неологізм не має будь-якої стійкої конотації, означає безумовну присутність архісеми «прихильність до певних політичних поглядів», а також диференціальної семи «прихильність до політики Тоні Блера».

На відміну від нього, неологізм *putinism*, окрім офіційного формулювання "the political ideology of Vladimir Putin" – політична ідеологія Володимира Путіна [39], має і більш конкретні визначення. Наприклад, американський економіст Річард Ванн визначає *putinism* як "Russian nationalistic authoritarian form of government that pretends to be a free market democracy" – російська націоналістична авторитарна форма правління, яка виглядає як демократія при вільних ринкових відносинах, висловлюючи тим самим негативне ставлення до політики російського президента [43]. Схожої

думки дотримуються багато західних представників, і це активно відображається в англомовних газетах. Наприклад: *Putinism is breeding in the heart of the Republican party* [74].

Неологізм *bushism*, утворений за тим самим принципом, не має такого значення. Його денотативним значенням є "funny or absurd words, phrases, pronunciations, and semantic or linguistic errors that occur in the public speaking of forr President of the United States" – слова, фрази, варіанти вимови, семантичні і лінгвістичні помилки колишнього президента при виступах на публіці [39]. У зв'язку з неодноразовими безглуздими висловлюваннями президента, він став предметом жартів як мешканців своєї країни, так і за її межами. Крім значно більш вузького характеру даного неологізму, порівняно з *blairism* і *putinism*, *bushism* ще й має значний комічний (іронічний, а частіше саркастичний) характер. Наприклад: *The former president jokingly attributed the slip to his 75 years, but there has always been a faulty connection between his brain and his tongue. There are whole books full of "Bushisms", like his boast that people "misunderestimated" him, and how much he felt for single mothers "working hard to put food on your family"* [74].

Таким чином, при аналізі неологізмів даної групи грає роль сама політична постать і ставлення до неї суспільства, оскільки ця конотація наноситься на новостворене слово.

- Найменування людини певних політичних поглядів чи політичного статусу. Архісемою в цьому випадку є «людина», «представник певної політичної групи». Яскравим прикладом може служити неологізм *Eurocrat* (European + bureaucrat), що означає лідер Європейського Союзу, який видає закони бюрократичного характеру, які зазвичай виявляються не на користь громадян Європейського Союзу [39]. Дане визначення, по-перше, дозволяє нам простежити використання архісеми «представник певної політичної групи», по-друге, демонструє, внаслідок використання компонентів "not in favour" та "bureaucratic", конотативний елемент критики населенням таких

лідерів, їх методів та результатів роботи. Наприклад: *The secret life of a Eurocrat: 'I feel trapped in a gilded cage'* [74].

Значну частку неологізмів цієї підкатегорії також складають нейтральні найменування, як, наприклад, *ex-MP* ("Member of Parliament" – "член Парламенту") або *ex-first lady*, які не мають додаткових конотативних відтінків значення.

Отже, в сучасному англomовному газетному дискурсі виділяються певні тематичні групи неологізмів, серед яких найчастотнішими є категорії «Люди і суспільство», «Телебачення, музика та газети», «Економіка», «Політика».

Стрімкий розвиток і масове поширення інформаційних технологій залишило серйозний відбиток у всіх сферах сучасного суспільства, що викликало перехід комунікації в Інтернет. Така мовленнєва взаємодія отримала назву віртуального дискурсу.

Віртуальний дискурс – це різновид дискурсу, обмеженого ситуацією спілкування у віртуальному просторі, у контексті якого породжуються специфічні жанри, оперують специфічними концептами та виділяються особливі типи особистостей [22, с. 107].

Спілкування за допомогою сучасних Інтернет-технологій називають Інтернет-спілкуванням. Інтернет-комунікація – це спосіб комунікації, при якій інформація передається через Інтернет-канали з використанням стандартних протоколів обміну та подання інформації [7, с. 95]. За допомогою Інтернету інформацію можна передавати різними способами. Наприклад: голосові повідомлення, відеоповідомлення, різні документи, миттєві повідомлення, пересилання різноманітних файлів, фотографій тощо.

При спілкуванні в мережі можна виділити два основних типи спілкування:

1. Спілкування в реальному часі:

- з одним партнером
- з великою кількістю поточних користувачів.

2. Спілкування, в якому повідомлення надходять до адресата із затримкою:

- з одним партнером
- з великою кількістю одночасних користувачів [52].

Неможливо сперечатися з тим, що Інтернет сьогодні є найбільш колосальним джерелом інформації, відомим людству. Такі можливості Інтернет-комунікації як оперативність, швидкість і доступність спілкування між користувачами на великій і короткій відстані, дають можливість використовувати Інтернет не тільки як спосіб навчання, а й як засіб спілкування.

Звісно, що комунікація в Інтернет дискурсі має власні лінгвістичні особливості, і використання неологізмів – одна з них. В Інтернет дискурсі можна виділити такі найчастотніші семантичні групи неологізмів:

1. Найменування різних інформаційних пристроїв: *mob (mobile phone), e-book, Ibook, I-pad, I-pod, MP3*; технологій: *Wi-Fi, 3G, SMS, app (application), walkietalkie*; сайтів: *youtube, facebook, tweeter* etc. Наприклад: *Revealed: walkie-talkie app Zello hosted far-right groups who stormed Capitol* [74].

Як правило, неологізми даної підкатегорії, маючи первинне відношення до науки, мають тільки денотативне значення, конотація ж їх нейтральна. Диференціальні семи будуть індивідуальними, залежно від технічних особливостей представленого об'єкта.

2. Найменування людини або групи людей, які користуються новими технологічними новинками (архісема «користувач, що використовує певну новітню технологію»). Наприклад, *Facebooker* – людина, яка користується веб-сайтом соціальної мережі Facebook [39]: *If you're a Facebooker who's lusting after the Apple iPad ... then chances are you're aged between 18 and 25 and have an interest in popular culture ...* [75].

Схоже значення має і складне слово *mousepotato* – людина, яка надто багато часу проводить в Інтернеті [39]), утворене за аналогією з *couchpotato*, тільки якщо первинному випадку людина «не може відірватися від дивану»,

то в другому, вона не може жити без миші (комп'ютерної), і так неологізм, завдяки метонімічному розширенню значення, означає «користувача, що використовує комп'ютер занадто часто». Наприклад: *Just google it. Or get a mouse potato to do it for you* [71].

3. Величезна кількість неологізмів створюється для вказівки на певні риси на особистості або рід занять людини. Наприклад, *BANANA* – акронім від фрази "build absolutely nothing anywhere near anyone" [39], що означає індивідуума, який є противником розвитку житлового будівництва, особливо проєктів, які реалізовані поблизу його житла. Цей неологізм швидше за все з'явився, розширюючи значення слова "NIMBY" ("not in my back yard" – не на моєму він задньому дворі), надаючи що йому ще більш негативний відтінок, тому що під *BANANAs* маються на увазі люди з тонким і егоїстичним поглядом що на ситуацію, які протистоять це абсолютно всьому, що будується навколо [39]. Наприклад: *This is a great example of BANANA politics which I wrote about in #RenaissanceNation* [57].

Інший неологізм – *dadbod* (він *dad* + *bod*) описує що вже не тільки особистісні якості, це зовнішність людини: фізична характеристика чоловіка, схильного до повноти, з невираженою мускулатурою що й помітним пивним животом [39]. Наприклад: *Five academics and a drummer, dadbod has the moves, the moobs and the muffin tops to get the slippers* [57].

Нескладно здогадатися про незначення неологізму *escalefter* – людина, яка стоїть ліворуч від зайнятого ескалатора, блокуючи таким чином тих, хто йшов би вгору або вниз [39]. Утворений шляхом словоскладання (*escalator* + *left* + *-er*), даний неологізм вказує на частотну реалію повсякденного життя, наприклад: *Don't be an escalefter: Walk on the left, stand on the right side of the escalators* [57].

Поряд з цим неологізмом стоїть неологізм *escalump* – людина, яка раптово зупиняється, коли виходить з верхньої або нижньої частини ескалатора [39]. Ці слова починають активно використовуватися в побуті щоденного Інтернет спілкування.

Інший неологізм пов'язаний із тенденцією сучасної молоді віддавати перевагу спортивному стилю в одязі. У молодіжній на культурі з'явилися так звані *sneakerheads* (словоскладання *sneaker* + *head*), як хлопці так і дівчата, які колекціонують кросівки одного чи різних брендів, вміло поєднують їх з іншими елементами одягу та прагнуть отримати нову пару стильних кросівок [39]. Наприклад: *This page is for the true Sneaker heads who wish to stay updated on the latest Sneaker releases and restocks from Nike* [57].

Прагнення до гендерно-нейтральних понять, які так актуальні в сучасному світі, породило неологізм *niephlings*, що є збірним визначенням для племінниць / племінників людини [39]. Утворений за допомогою словоскладання *niece* + *nephew* + *lings*. Наприклад: *When you want to take cute photo with your niephlings but the littlest one is in · The luckiest!* [63].

Безмежне використання мобільних телефонів спричинило появу ситуації, яку можна описати наступним прикладом: *Thank God he has a textretary, or he would have crashed car and killed us all by now!* [57]. У неологізмі *textretary* вкладений цілком зрозумілий зміст: він використаний для позначення пасажирів, що набирає СМС за того, хто веде машину, з метою уникнення аварійних ситуацій (словоскладання *text* + *secretary*).

В окрему підгрупу тут можна виділити неологізми на позначення людей за їхніми вподобаннями в Інтернет дискурсі. Наприклад, *playlistist* означає "a person who carries out discrimination based not on race, gender, or religion, but rather on a disturbingly horrible music library discovered through a network" – людина, яка здійснює дискримінацію, засновану не на расовій, статевій чи релігійній приналежності, а на нестерпно жахливій музичній колекції, представлений у соціальних мережах [39].

Таким чином, у це поняття входить сема «здійснювати відбір»; сама ідея дискримінації приводить нас до виділення компонента «несправедливий», «неправильний», а також можна припустити, що ця людина протиставляє «нестерпно жахливий музичний смак» інших людей своєму, що носить

лексичне значення «сноба», тобто людина, яка високої думки про себе, поганої думки про інших.

Неологізм *YouTuber* означає "a frequent user of the video-sharing website YouTube, especially someone who produces and appears in videos on the site" – частий користувач веб-сайту для обміну відео YouTube, особливо той, хто створює та з'являється у відео на сайті [39]), що передбачає регулярного користувача відеохостингу YouTube. Наприклад: *Top 100 YouTubers Channels in France, French Republic* [57].

Цей неологізм підтверджує тенденцію створення нових слів за допомогою агентивних суфіксів в області популяризації деяких сайтів та мережі Інтернет у цілому (наприклад, слова *blogger, facebooker, photoshoper* мають схожі значення).

Неологізм *textative* створено за аналогією до *talkative* – той, хто любить спілкуватися за допомогою СМС [39]. Наприклад: *As an advertiser, you will attract long-term existing and potential customers as textative. This makes it a good format for communicating news* [57].

Новий феномен в поколінні міленіалів, при якому спостерігається використання неологізму при описі своєї діяльності: *Slashie* (афіксація *slash + ie*) – це молодий професіонал, який прагнучи підкреслити свою різнобічність і захопленість різними сферами діяльності, навмисно позначає те, чим займається через слеш, наприклад: *actor/waitor, advertisement agent/ pianist/ startup co-founder* [39] та ін.

4. Найменування відео, фото, фільму або іншого Інтернет продукту. Варто особливо відзначити популярність і поширеність найменувань відео контенту з опорою на їх жанр чи, як свідчить практика, змішання жанрів. Наочним прикладом можуть бути неологізми *dramedy* ("dramatic comedy" – драматична комедія) чи *romcom* ("romantic comedy" – романтична комедія). Наприклад: *Rethinking the Dramedy: What Is It, Anyway?* [69]; *Cute, funny or a teensy bit cheesy, these rom-coms make us catch feelings in all the best ways* [69].

Неологізм *warmedy* ("a comedy with a family-oriented content" – обрана комедія орієнтована на перегляд сім'єю), на відміну від *dramedy* і *romcom*, означає не просто змішання жанрів фільму, а й несе собі певний конотативний «заряд», а саме, позитивне, яскраво виражене емоційне відношення, відбите в компоненті "warm" (що означає «теплий», «затишний», що асоціативно зв'язується з сімейним затишком). Наприклад: *Yet to reach any dictionary is the recent coining of **warmedy**, for those sit-coms that seek to promulgate an uplifting spirit. But will warmedy take off?* [62].

Протилежним випадком є неологізм *docusoap*, що також має архісеми «фільм, заснований на змішуванні жанрів», але означає телевізійний документальний серіал, якому життя людей представлено у стилі мильної опери [39]. Як правило, люди глузливо, зневажливо ставляться до фільмів цього жанру наслідок їхнього неглибокого змісту, відповідно, це відношення зберігається і в аналізованому неологізмі. Наприклад: *Murkinbone op TV in december in **docusoap** Trappers @omroepvpro* [63].

У кіноіндустрії новим є термін *legacyquel*, який ще не став загальновідомим, але вже активно використовується саме у блогах, тобто в Інтернет дискурсі. Цей неологізм означає фільм, що є багатосерійною франшизою, в якому з часом провідну роль займає молодший актор [39]. Якщо розібрати слово на складові, визначити його сенс не важко: сіквел, в якому актор, який прославився завдяки якійсь франшизі і асоціюється з нею, передає свою «спадщину» (тобто legacy) іншому актору. Легасиквелами 2015 можна вважати «Світ Юрського періоду» та «Зоряні війни».

5. Дії в Інтернеті та поза його межами є дуже поширеною групою, оскільки описують можливості користувача веб-простору (загальним значенням буде «вчиняти будь-яку дію в Інтернет мережі»). До цієї підкатегорії відносяться *to blog, to compute, to egosurf, to sofalize*, а також неологізми, що описують дії користувача соціальної мережі, як, наприклад, *to (de)friend, to blacklist* або *to netmeet* (як наслідок зростання популярності та значущості соціальних мереж у нашому житті). Наприклад: *UK newspapers*

face losing £50m in digital revenues as advertisers use “blacklist” technology to block ads from appearing next to all stories that mention the coronavirus pandemic [74].

Конотативне значення таких неологізмів залежить від характеру дії (*to defriend* – to cancel from the friends list – видалити зі списку друзів) або *to blacklist* – видалити заборонених або небажаних користувачів [43]). Аналіз цих неологізмів показав, що вони характеризуються спочатку закладеним негативним емоційним і оцінним значенням, тому що людина, виходячи з особистого досвіду, оцінює дані дійства як «неприємні», «небажані», «образливі» по відношенню до неї, про що свідчать компоненти "cancel", "banned", "undesirable".

Навпаки, слова *to friend* ("to add to the friends list" – додати в список друзів [43]), *to netmeet* ("to get acquainted via the Internet" – познайомитися по Інтернету [43]) асоціюються з початком нових відносин, можливо, придбанням друга або просто приємним спілкуванням, що включає позитивне емоційне забарвлення і позитивну оцінку конотацію.

Варто зазначити, що неологізм *to sofalize* ("to communicate via the Internet as opposed to communicating in reality" – спілкуватися через Інтернет замість того, щоб спілкуватися вживу [39]) також має на увазі спілкування в Інтернеті, але сприймається критично, негативно внаслідок семантичного контрасту з *to socialize*, що асоціюється з живим спілкуванням та сприймається позитивно. Наприклад: *Just published in The Social Science Journal. Our latest paper looks at 'sofalizing' (socializing from your sofa) and social media [79].*

Дієслова типу *to blog*, *to compute*, стосовно них – нейтральні. Загалом, неологізми, які пов’язані з технологіями, на сьогоднішній день дуже численні і Інтернет дискурсі (завдяки активному розвитку самих технологій), і ми вважаємо, що в майбутньому ця тематична категорія буде значно поповнена.

В Інтернет просторі безперервно йде процес створення нової лексики, значення якої активні користувачі визначають легко. Прикладом такого неологізму може бути *hashtagification* (афіксація: він hashtag + fi + ca + tion) –

процес перетворення слова чи фрази на хештег [39]. Хештеги широко використовуються на сайтах twitter.com або instagram.com, наприклад: *More Inspiration, Better **Hashtagification**, Influence Amplification* [63].

Можна виділити кілька неологізмів, що походять від слова *to text* – переписуватися, наприклад: *textrruption* (text + interruption) – переривання розмови звуком текстового повідомлення [39]. Наприклад: *Has your latest **textrruption** left you so intexticated that your reputation as a keyboard warrior is beginning to notch down?* [63].

Неологізм *vext* (voice + text) має значення «набирати повідомлення за допомогою голосу» [39], наприклад: *The latest **vext** “Text to Speech” feature allows all the creators to use an artificial voice to read the text that they type on a video* [63].

Неологізм *text-walk* (text+ walk) має значення «обмінюватися повідомленнями під час ходьби» [39] і засвідчує прив’язаність сучасних людей до технологічних пристроїв. Наприклад: *Walking on the **text walking** lane from M-lab* [63].

Залежність людини від смартфонів набуває глобальних масштабів, і вплив мобільних телефонів на здоров'я незаперечний, тому це відбивається і в мові. Неологізм *iHunch* використовується для позначення порушення постави та сутулості, спричинених постійним нахилом над екраном смартфона або схожого пристрою [39]. Спосіб утворення даного неологізму – словоскладання iPhone (iPad, iPod тощо) + hunch. Наприклад: *How's your **iHunch** today? None of us are immune. Most of us would love to reduce the time we spend* [63].

Соціальні мережі зумовили створення та поширення неологізму *FOMO* (аббревіація: fear of missing out). Він означає постійний страх пропустити цікаву подію, що відбувається прямо зараз [39]. В Інтернеті користувач має справу з безліччю новин та подій і хоче завжди перебувати в курсі речей. Але встигнути побувати скрізь неможливо, тому на практиці подібне прагнення не прогаяти щось важливе призводить до нервової напруги та поганої концентрації уваги.

Наприклад: *FOMO: An Instagram Anxiety. A Short Horror Story (Based on True Events)* [66].

Наступною стадією розвитку “FOMO” стає небажання виходити з дому, коли людина вже не бажає слідувати розрекламованим в соціальних мережах акціям та подіям. Неологізм *FOGO* – fear of going out – це неологізм, який виник на контрасті з “FOMO” і є протилежним йому поняттям [39]. Наприклад: *Thought you had FOMO but now just have FOGO (fear of going out)?! Our team are here to save you the stress by delivering* [63].

Неологізмів на позначення дій, не пов’язаних з Інтернет простором також є чимало.

Неологізм *manspreading* (словоскладання: man + spread +-ing) вже довгий час є предметом жартів в Інтернеті у деяких країнах. Кожен, хто проводить навіть невелику частину дня в громадському транспорті, помічав феномен, коли чоловік сидить з широко розставленими ногами, тим самим займаючи більше одного місця та створюючи незручності для оточуючих. Але багато активістів критикують подібну поведінку за грубість і неуважність до інших пасажирів. Наприклад: *man_spreading · A documentation of folks (most of privileged statuses) on public transit who can't seem to keep their legs closed* [63].

Цікаво, що безліч неологізмів утворюється за аналогією до вже створених і популярних нових слів. Таким чином, *beachspreading* означає той самий феномен, але в умовах переповненого пляжу. Наприклад: *Casual days along the beach spreading smiles and #positivevibes drinking @blk.water* [63].

Ще одне явище, яке можна спостерігати у громадському транспорті, отримало назву *eavesreading*. Утворене шляхом складання слів eavesdrop (підслуховувати) + reading, даний неологізм позначає дію, коли людина таємно читає текст, який читає або пише інша людина [39]. Наприклад: *All the Lights We Can Not See. Eavesreading. Nosy fellow passenger at the back. Sorry* [63].

Тенденція до розвитку незалежності між подружжям і просування у суспільстві вільних відносин спричинила створення слова *unimoon/ solomoon* – це медовий місяць, який наречені проводять окремо [39]. Спосіб утворення

– словоскладання: uni-("one") + honeymoon. Наприклад: *The "unimoon" or "solomoon" – a honeymoon without your new spouse – is a "travel trend" we just can't get behind* [57].

6. Дії з новітніми технологіями. Наприклад, неологізм *to applepick* ("to steal an Apple phone from smb" – вкрасти у когось телефон фірми Apple [39]) заснований на семантичних компонентах «красти», «вчинити злочин», «протизаконне діяння», і т.д. Наприклад: *Real meaning of Apple picking: A thief or robber who is mentally ill or has dementia so they steal Apple products thinking they are worth owning* [57].

7. Міжособистісні відносини. У сфері міжособистісних відносин завжди створюється дуже багато неологізмів. Вони прості в розумінні, оскільки створюються на основі вже існуючих одиниць, і значення цілого слова можна вивести зі значень складових його компонентів. Наприклад, у неологізмі *skinship*, беручи до уваги значення елементів *skin* і *ship*, можна вивести зміст усього слова: близькі відносини між людьми, засновані на дотиках, обіймах, тобто тактильних відчуттях.

Неологізм із тим самим суфіксом *situationship* описує складні, заплутані відносини, які можна охарактеризувати як «передружба – невідносини» [39]. Наприклад: *See Instagram photos and videos from Situationships Podcast (@situationshipspod)* [63].

Неологізм *hiberdating* утворений від словоскладання *hibernate* (зависати) + *dating* (*date* – зустрічатися). Ця лексема описує ситуацію, яка багатьом знайома: але коли людина ігнорує своїх друзів, віддаючи перевагу своєму хлопцеві чи дівчині. Наприклад: *See Instagram photos and videos from 'hiberdating' hashtag* [63].

У сфері відносин потрібно виділити неологізм *beerboarding* (словоскладання *beer* + *boarding*), який означає «добування секретної інформації від колег, змушуючи їх напиватися» [39]. Наприклад: *Beerboarding, as always ♀☐ #Solina #myhappyplace* [63].

8. Характеристики предметів і явищ довколишнього світу. Велика кількість нових прикметників пов'язана із споживанням їжі, смаковими уподобаннями. Приклади деяких з них:

- *Hangry* (словоскладення: *hungry* + *angry*) – засмучений або розгніваний через голод. Наприклад: *See Instagram photos and videos from HANGRY BLOGGER: RICHARD (@hangryblogger)* [63].

- *Hyperpalatable* (афіксація: *hyper-* + *palatable*) – щось надзвичайно смачне, яке навіть здатне викликати звикання, через вміст певного відсотка жиру, цукру й солі [39]). Наприклад: *We live in a culture obsessed with dieting and attaining a certain body type, yet we are surrounded by hyperpalatable* [63].

- Прикметник *snackable*, створений шляхом додавання суфікса *-able* до слова “*snack*”, відноситься до інформації, яка може бути сприйнята без зайвих сумнівів і роздумів. Наприклад: *See Instagram photos and videos from snackable content (@snackablecontent)* [63].

Отже, в сучасному англomовному Інтернет дискурсі виділяються такі групи неологізмів: найменування різних інформаційних пристроїв, найменування людини або групи людей за певними ознаками, найменування людей за їхніми вподобаннями в Інтернет дискурсі, найменування Інтернет продукту, дії в Інтернеті та поза його межами, дії з новітніми технологіями, відносини між людьми, характеристики предметів і явищ.

2.2. Неологізми в політичному дискурсі

Виділення політичного дискурсу як окремого поняття є результатом розуміння політики як особливої сфери суспільного життя, пов'язаної з феноменом влади, що пронизує всі сфери та рівні соціальної взаємодії. «Політика, за своєю суттю, є мовленнєвою діяльністю, у якій мова використовується для інформування інших про політичні проблеми і для переконання в необхідності взяти участь у діях, пов'язаних з даними проблемами» [7, с. 29]. Тому політичний дискурс можна визначити як сукупність усіх мовленнєвих актів у відповідній інституційній атмосфері, що

реалізується в усній та письмовій формі, передбачає врахування передісторії, очікувань автора та аудиторії, прихованих мотивів, сюжетних схем тощо [24, с. 66].

Нами було розглянуто статті американських ЗМІ на політичну тематику з метою виявлення в них неологізмів. Після цього був здійснений їх аналіз з точки зору семантики і граматичних особливостей.

Лексико-семантичний та морфологічний аналіз сучасних англійських неологізмів у політичному дискурсі засвідчив, що серед досліджуваних одиниць можна виділити такі лексико-семантичні групи за морфологічними класами:

1. Іменникові неологізми:

а) назви людей за їх політичними поглядами: *Europhile* – шанувальник Європи та європейської культури [39]. Неологізм створений шляхом словоскладання від слів *Europe* і *philie*, що з грецької перекладається як «щонебудь, що любить» (Online etymology dictionary). Наприклад: *Philip May: Tory activist, City insider... and Europhile? Theresa May's husband presented motion to party on 'building up' European Community* [70].

б) назви політичних та ін. структур: *Trumpism* – політична система що встановилася в Америці після приходу до влади Дональда Трампа; *Putinism* – політична система що встановилася в Росії, після приходу до влади В. Путіна [39]. Цей неологізм сформувався за допомогою афіксації від слова *Putin* і суфікса – *ism*, який позначає систему поглядів і переконань. Наприклад: *French presidential election a victory for hope, defeat for Trumpism and Putinism* [58].

Obamagon – Пентагон при уряді Барака Обама [39]. Наприклад: *What the "Obamagon" lacks in ability, they make up for with optimism* [73]. Неологізм утворений від слова *Obama* та елемента слова *Pentagon* шляхом словоскладання.

в) назви політичних почуттів та переконань: *Trumpmania* – почуття патріотизму, викликане Дональдом Трампом [39]. Цей неологізм утворений за

допомогою словоскладання зі слів Trump і mania, що з грецької перекладається як «захоплення, пристрасть до чогось» (Oxford Learner's Dictionaries). Наприклад: *“There are outlets aplenty, and these things sort of play their way through that,” said Lee M. Miringoff...“And in this case it was all **Trumpmania**”* [77].

Trumpaganda – риторика, що вводить в оману [39]. Наприклад: *Pence claimed that Trump’s employees love him. He said that Trump lacks pretense, and respects his employees. Pence pointed to Trump’s kids as proof of Donald’s moral character. What was missing in all of this **Trumpaganda** was any description of what Trump would do as president* [67]. Неологізм утворений за допомогою словоскладання від слів Trump і propaganda.

г) назви напрямків та типів політики: *Obamanomics* – неологізм, сформований шляхом словоскладання зі слів Обама і economics і позначає економічну політику Барака Обама та його адміністрації [39]. Наприклад: *President Trump is trying to overcome eight years of inertia from anti-growth **Obamanomics**, and until the great American economic machine swallows all the coughs and hiccups and roars fully back to life, taxes are for cutting, not raising* [65].

д) назви політичних процесів: *Eurogeddon* – політична, економічна та військова криза Європи [39]. Способом утворення цього слова є словоскладання. Словотворчі моделі неологізму – слова Europe і armageddon. Наприклад: *Nobody wants to speak too soon, but the horrors of the past 12 months seem far away. Nothing has changed, of course. All the old nasties are still there, including looming **Eurogeddon**, but we’re told that every possible hazard has been “priced in”* [80].

Brexit – неологізм, що сформувався за допомогою словоскладання зі слів Britain та exit та перекладається як «вихід Великобританії з Євросоюзу». Наприклад: ***Brexit**, as it is known, has jeopardized London’s status as banker to the planet* [56].

Суттєва кількість іменникових новотворів у лексиконі сучасного англomовного політичного дискурсу є виявом загальної тенденції до активного творення авторських субстантивів у сфері okazіональної номінації.

2. Прикметникові неологізми, у семантичній структурі яких наявна сема «ознака за дією»: *Obamaish* перекладається як «наслідування поведінки, манірності та індивідуальності колишнього президента Америки Барака Обама» (Free English Online Neologisms Dictionary). Способом утворення цього слова є афіксація. Неологізм сформувався зі слова *Obama* і суфікса *-ish*, який означає ознаку або властивість предмета. Наведемо приклад: *Canada's politics often seem to trail those of the United States by an election cycle or two. ...while Trudeau fills is very much, in his constant incantation of positive politics and the not very well-defined mantra of "change," a bit Obamaish* [76].

Americancentric – неологізм, утворений зі слів *America* і *centric* шляхом словоскладання і перекладається як «переконаність американської нації у їхній перевазі над іншими». Наприклад: *NYT's Helene Cooper: criticism of Obama statement on Castro reveals an "Americancentric" view of Cuba* [68].

Наявність значної кількості прикметникових новотворів свідчить про активні і плідні пошуки представників політики нових виражальних засобів на позначення статичних ознак денотата.

3. Okazіональні дієслова, семантика яких представлена двома в основному семою «дія»: *to Erdoganize* – використовувати політичним лідером членів кабінету міністрів для проведення мітингів у зарубіжних країнах на підтримку своєї кандидатури. Неологізм створений за допомогою конверсії власного імені *Erdogan* у дієслівну форму та афіксації шляхом додавання суфікса *-ize*. Наприклад: *Dictators who Erdoganize their ministers shows to the world how far these oft-corrupt politicians are willing to suck up to overseas voters to remain in power at home* [64].

To Erdogan – прикриватися демократичними цілями при порушенні прав і свобод громадян [39]. Цей неологізм утворений шляхом конверсії імені

власного Erdogan у дієслівну форму. Наприклад: *Whereas Jeniffer outwardly appeared to support left-wing activism, she was **erdoganning**...* [78].

4. Прислівникові новотвори: *Putinesque* – у стилі президента Росії Володимира Путіна [39]. Неологізм утворений за допомогою афіксації від слова Putin і суфікса французького походження – *esque*, який означає «те, що нагадує щось або когось». Наприклад: *The Brilliance Of Paul Ryan's **Putinesque** Approach To Trump* [72].

Отже, можемо зробити висновок, що частиномовний розподіл сучасних англійських неологізмів у політичному дискурсі збігається із загальною тенденцією розподілу за частиномовними класами узуальних одиниць: найчастіше можна зустріти іменникові та прикметникові новотвори, хоча функціонують також дієслівні та прислівникові інновації.

Словотвір авторських неологізмів є важливою складовою словотвору англійської мови загалом, оскільки його розкриття і розуміння дає можливість пізнати сучасні процеси творення нових слів. Нова англійська лексика у політичному дискурсі відображає загальні тенденції в новітньому англійському словотворенні та показує мовну ситуацію. Найчастішим способом утворення досліджуваних неологізмів є осново- та словоскладання з двох слів або основ. Тому за структурою англійські неологізми є переважно складними, завдяки чому одне слово відображає в собі не лише те чи інше поняття, а й його характеристику за певною ознакою. Частотним також є спосіб афіксації, а саме суфіксальний спосіб словотворення.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що стрижневою ознакою англійських неологізмів у політичному дискурсі, можна вважати, у першу чергу, їх експресивність, виразність, оцінність тощо (додаткове стилістичне значення до основного значення).

Висновки до Розділу 2

1. Газетний дискурс представлений медіатекстами, за допомогою яких здійснюється масова комунікація, які виконують особливі функції та їх дослідження має свою специфіку.

В сучасному англомовному газетному дискурсі виділяються певні тематичні групи неологізмів, серед яких найчастотнішими є категорії «Люди і суспільство», «Телебачення, музика та газети», «Економіка», «Політика». Більшість неологізмів у газетному дискурсі є конотованими, що засвідчує їх важливу роль у творенні стилістичного забарвлення висловлювання.

Інтернет дискурс – це різновид дискурсу, обмеженого ситуацією спілкування у віртуальному просторі, у контексті якого породжуються специфічні жанри, оперують специфічними концептами та виділяються особливі типи особистостей.

В сучасному англомовному Інтернет дискурсі виділяються такі групи неологізмів: найменування різних інформаційних пристроїв, найменування людини або групи людей за певними ознаками, найменування людей за їхніми вподобаннями в Інтернет дискурсі, найменування Інтернет продукту, дії в Інтернеті та поза його межами, дії з новітніми технологіями, відносини між людьми, характеристики предметів і явищ.

2. Політичний дискурс є сукупністю усіх мовленнєвих актів у відповідній інституційній атмосфері, що реалізується в усній та письмовій формі, передбачає врахування передісторії, очікувань автора та аудиторії, прихованих мотивів, сюжетних схем тощо.

В сучасному англомовному політичному дискурсі виділяються такі групи неологізмів: назви людей за їх політичними поглядами, назви політичних та ін. структур, назви політичних почуттів та переконань, назви напрямків та типів політики, назви політичних процесів, політична ознака за дією, дієслова на позначення політичних дій та процесів, прислівникові неологізми із семою «стиль політичної дії».

РОЗДІЛ 3.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

3.1. Способи перекладу неологізмів в газетному та Інтернет дискурсах

Багато перекладознавців представляють різні прийоми перекладу неологізмів. Кожен учений пропонує у роботі той чи інший прийом передачі цих мовних одиниць, не розглядаючи інші. Більшість дослідників погоджуються, що ефективними при перекладі неологізмів є лексичні трансформації.

В основі лексичних трансформацій лежать розбіжності в об'ємі смислової структури слів різних мов з однаковою первинною референтною віднесеністю. В більшості випадків ці розбіжності охоплюють майже всі багатозначні слова. Семантично еквівалентні лексеми різних мов функціонують в умовах «своєї» мовної системи, що визначає відмінності можливих лексичних поєднань. Всі варіанти вживання, властиві тому чи іншому слову, не можуть бути враховані навіть у найбільш детальному словнику. Відповідно деякі варіанти вживання існують без словника. Перекладач повинен віднайти правильний смисловий еквівалент для перекладеного слова, це і буде лексичною трансформацією [54, с. 160].

Для перекладу неологізмів, які є в газетному та Інтернет дискурсах, застосовуються такі лексичні трансформації як транскрибування, знаходження еквівалента, калькування, експлікація, запозичення, конкретизація та опущення. Розглянемо кожен із цих прийомів.

1. Транскрипція (відтворення звукової форми іншомовного слова). Саме цей прийом найчастіше використовують перекладачі при передачі іменникових неологізмів. Оскільки такі слова є номінативними, то транскрипція досить широко застосовується при перекладі таких одиниць. Наприклад: *The Foodie camera app is the essential companion for the modern*

sociable foodie [61] // Додаток **Фуді** камера є незамінним супутником сучасного товариського гурмана.

Особливо часто транскрипція використовується для перекладу неологізмів, утворених на базі інтернаціональних слів, наприклад:

- *Award-Winning “Actorvist” Michael K. Williams Becomes an Innocence Ambassador* [66] // Лауреат премії «**Акторвіст**» Майкл К. Вільямс стає послом невинності;

- *“They created a whole new category of fake news – infoganda,” Rob Corddry said* [75] // «Вони створили абсолютно нову категорію фейкових новин — **інфоганду**», — сказав Роб Корддрі.

2. Транслітерація (відтворення графічної форми (літерного складу) іншомовного слова. Наприклад:

- *Extreme couponers don't buy an item when they need it – they buy it when they can get it at the lowest price* [61] // Екстремальні **купонери** не купують товар, коли він їм потрібен – вони купують його, коли можуть отримати за найнижчою ціною;

- *If you're a Facebooker who's lusting after the Apple iPad ... then chances are you're aged between 18 and 25 and have an interest in popular culture ...* [68] // Якщо ви **Фейсбукер** і жадаєте Apple iPad... то, швидше за все, вам від 18 до 25 років і ви цікавитесь популярною культурою...;

- *Top 100 YouTubers Channels in France, French Republic* [57] // 100 найкращих **ютуберів** у Франції, Французька Республіка.

Транскрипція і транслітерація досить часто вживаються разом, тобто якась частина слова транскрибується, а якась транслітерується. Як зазначалося, це робиться для пристосування нового слова до особливостей мови перекладу: *Rethinking the Dramedy: What Is It, Anyway?* [69] // **Переосмислення драмедії: що це взагалі таке?**

Використання транскрипції і транслітерації є найлегшим способом передачі неологізму, незафіксованого словниками. Однак у деяких випадках

такий спосіб є неефективним, оскільки не всі неологізми є знайомі українському реципієнтові, і тому не всі можуть бути зрозумілі правильно.

3. Калькування (спосіб перекладу шляхом заміни складових частин (морфем або слів)) на лексичні відповідності в мові перекладу, при цьому іноді калькування може супроводжуватися зміною порядку проходження елементів, що калькуються [51, с. 88]. Наприклад:

- *Teenage Engineering OB-4 – #178 by rumorazzi* [66] // Підліткова інженерія *OB-4 – #178 від чуткораці*;

- *This page is for the true Sneaker heads who wish to stay updated on the latest Sneaker releases and restocks from Nike* [57] // *Ця сторінка призначена для справжніх кросівкоголових, які хочуть бути в курсі останніх випусків та поповнення запасів кросівок від Nike*;

- *When you want to take cute photo with your niephlings but the littlest one is in · The luckiest!* [63] // *Коли ви хочете зробити миле фото зі своїми племінницями, але найменший теж тут • Найщасливіший!*

Крім того, досить часто в процесі перекладу калькування використовується разом із транскрипцією:

- *'Infobesity': How queen coverage could fuel 'news fatigue'* [68] // *Інфонадлишковість: як висвітлення королеви може викликати «втому від новин»*;

- *Thank God he has a textretary, or he would have crashed car and killed us all by now!* [57] // *Слава Богу, що в нього є текст-секретар, інакше він уже розбив би машину і вбив би нас усіх!*

3. Лексико-семантичні заміни – спосіб перекладу лексичних одиниць оригіналу шляхом використання у перекладі одиниць МП, значення яких співпадає зі значеннями вихідних одиниць, але може бути виведено за допомогою певного типу логічних перетворень [23, с. 75]. Існує кілька видів таких:

а) Експлікація або описовий переклад – це трансформація, коли лексична одиниця МО замінюється словосполученням, що дає пояснення або

визначення цього значення в МП. З його допомогою можна виразити значення будь-якого нееквівалентного слова оригіналу. Однак недоліком такого перетворення можна вважати його багатослівність і громіздкість [17, с. 187].

Дійсно, досить часто при перекладі тексту перекладач не в змозі знайти слово або словосполучення, яке повністю відповідало б слову в мові оригіналу. У такому разі перекладач має два шляхи: або скористатися описовим перекладом, який може бути досить розлогим, або ввести в рідну мову ще одне запозичення. Останнім часом кількість таких запозичень, особливо англо-американізмів, невпинно зростає. Іноді це призводить до того, що текст не завжди зрозумілий слухачам, тому в таких випадках описовий переклад є більш виправданим: *BAFTA-winning director Jonathan Gales killed in suspected **drink-drive** smash aged 36* [60] // *Лауреат премії BAFTA режисер Джонатан Гейлз загинув у підозрюваному **водінні в нетверезому вигляді** у віці 36 років.*

Іноколи описовий переклад може бути дуже громіздким, але це – єдиний спосіб передати без еквівалентну лексему, щоб вона була зрозумілою реципієнтові, наприклад:

- *How **Greenwashing** Affects the Bottom Line* [59] // *Як **брехня про те, що ви робите більше для захисту навколишнього середовища, ніж насправді, впливає на суть захисту навколишнього середовища;***

- *Don't be an **escalefter**: Walk on the left, stand on the right side of the escalators* [57] // *Не будьте людиною, яка блокує рух на ескалаторі: йдіть ліворуч, стійте праворуч від ескалаторів.*

б) Конкретизація – це заміна слова чи словосполучення вихідної мови з ширшим предметно-логічним значенням слова чи словосполучення мови перекладу з вузьким значенням [36, с. 55]. Наприклад: *Five academics and a drummer, **dadbod** has the moves, the moobs and the muffin tops to get the slippers* [57] // *П'ятеро вчених і барабанищик, у **татко з пивним животом, мафіозі та жіночий жирок, щоб отримати тапочки.*** У даному випадку *dadbod*

передбачає загалом булову тіла чоловіка, а в перекладі бачимо зосередженість на одній частині тіла чоловіка – животі.

в) Генералізація – протилежна конкретизації, тобто одиниця з вузьким значенням замінюється одиницею з ширшим значенням. Наприклад: *The Oprahization of America: Sympathetic Crime Talk and Leniency* [66] // **Тенденція публічно ділитися своїми почуттями й каяттями в Америці: співчутливі розмови про злочини та поблажливість.**

г) Модуляція (смысловий розвиток) – заміна слова чи словосполучення вихідної мови одиницею мови перекладу, значення якої логічно виводиться із значення вихідної одиниці [14, с. 112]. Наприклад:

- *Just google it. Or get a mouse potato to do it for you* [71] // **Просто погугліть. Або попросіть диванного користувача, щоб зробив це за вас;**

- *How's your iHunch today? None of us are immune. Most of us would love to reduce the time we spend* [63] // **Як ваш iСколіоз сьогодні? Ніхто з нас не застрахований. Більшість із нас хотіли б скоротити час, який ми витрачаємо.**

4. Запозичення – повне перенесення оригінальної лексеми в українську мову. Це особливо стосується аббревіацій, переклад яких за допомогою описового перекладу позбавить їх відповідного стилістично забарвленого навантаження, а переклад за допомогою української аббревіації не є можливим. Тоді поруч із повним запозиченням можливе пояснення неологізму в дужках, наприклад: *Thought you had FOMO but now just have FOGO (fear of going out)?! Our team are here to save you the stress by delivering* [63] // **Думали, що у вас FOMO (страх пропустити важливу подію), а тепер у вас лише FOGO (страх вийти на вулицю)?! Наша команда тут, щоб позбавити вас від стресу завдяки доставці** [63].

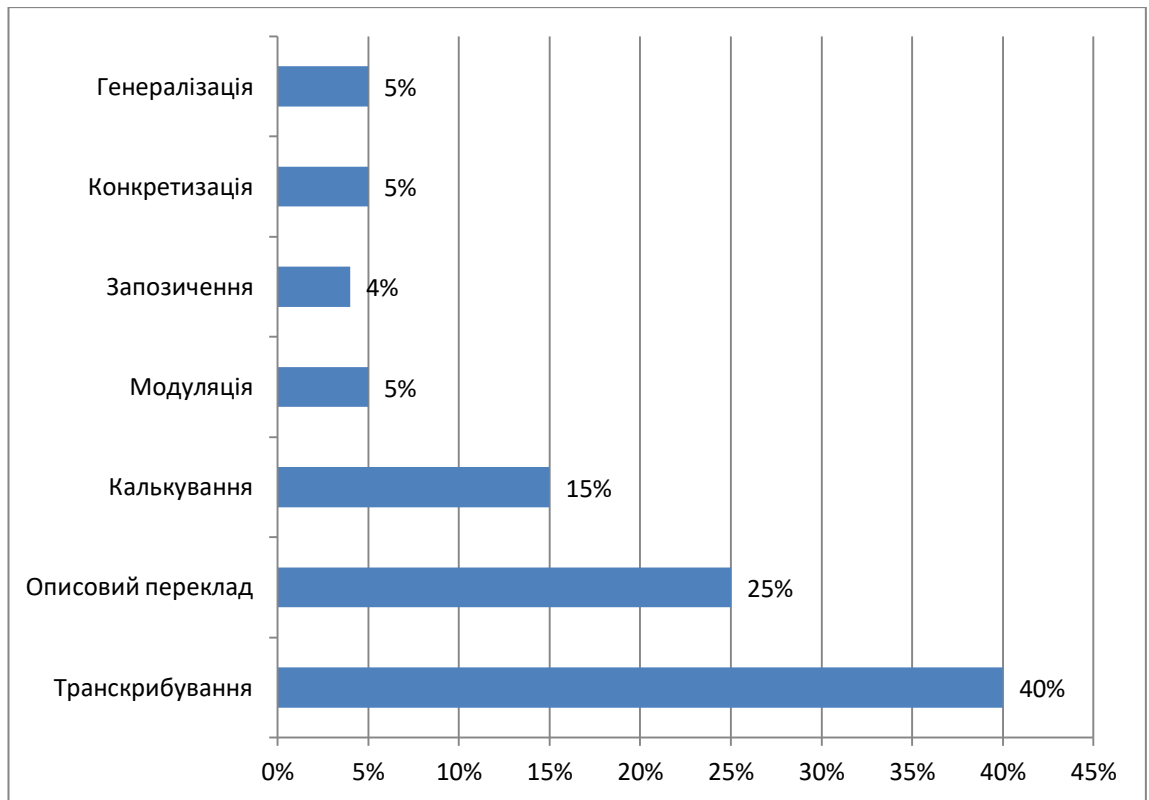
5. Опущення – трансформація, яка використовується у випадку неперекладності неологізму та можливості його видалення без втрати сенсу висловлювання. Наприклад: *The latest vext "Text to Speech" feature allows all the creators to use an artificial voice to read the text that they type on a video* [63]

// Остання функція «Перетворення тексту в мовлення» дозволяє всім творцям використовувати штучний голос для читання тексту, який вони вводять у відео.

Практично завжди словникові відповідності лексичних одиниць однієї мови відрізнятимуться від словникових відповідей іншою мовою. Отже, сутність будь-якої лексичної трансформації полягає в заміні окремих неологізмів мови оригіналу лексичними одиницями мови перекладу, які не є їх словниковими еквівалентами і які мають інше значення, ніж передані ними в перекладі одиниці мови. На наш погляд, однією з причин, що лежать в основі лексичних трансформацій, є розбіжність смислових обсягів слова, які можуть бути викликані наявністю конотацій, різницею стилістичних властивостей слова, обсягом лексичного значення тощо. Найчастіше збігатися буде лише одне із значень, причому необов'язково перше чи основне. Така розбіжність зумовлена історичним розвитком значення слова, особливостями функціонування одиниці у мові, і навіть відмінностями у сполучуваності.

Наше дослідження засвідчило, що найчастотнішим способом перекладу неологізмів в газетному та Інтернет дискурсах є транскрибування (40%). Далі за частотою використовується описовий переклад (25%), калькування (15%), модуляція (5%), запозичення (4%), конкретизація (5%), генералізація (5%) та опущення (1%). Опущення при перекладі неологізмів використовується вкрай рідко, адже від цього залежить стилістичне забарвлення сказаного, авторське ставлення до висловлюваного, а тому опущення можливе лише в крайньому випадку, коли неологізм не несе важливого смислового значення.

Відобразимо це наочно на Мал. 3.1.



Мал. 3.1. Способи перекладу неологізмів в газетному та Інтернет дискурсах та їх кількісне співвідношення

3.2. Переклад неологізмів в політичному дискурсі

В політичному дискурсі нові слова утворюються практично щодня, тому переклад новоутворень має певні труднощі, оскільки жоден словник за таких умов неспроможний встигнути за виникненням неологізмів. У деяких випадках перекладачеві може допомогти контекст, а також аналіз складових частин неологізму. Але найчастіше цього виявляється недостатньо, перекладач повинен мати й інші екстралінгвістичні знання, наприклад щодо того, у яких ситуаціях може вживатися той чи інший неологізм. Ще одну проблему при перекладі нових одиниць мови становить нерівномірний розвиток суспільства та політики в різних країнах, тобто через культурні відмінності в мові перекладу еквівалент перекладу може бути відсутнім.

Мовні характеристики політичного дискурсу зумовлюють специфіку перекладу неологізмів. Безперечно, проблеми, які вимагають від перекладача особливої уваги, не обмежуються лінгвістичними питаннями. Адекватний

переклад політичного неологізму завжди вирішує також психолінгвістичні та соціокультурні проблеми, що очевидно, якщо перекладач розуміє, наскільки динамічна, соціокультурна та особистісно зумовлена ситуація комунікації, в яку занурено текст оригіналу та текст перекладу. Так, дослідники до найважливіших характеристик політичного дискурсу відносять: авторство політичного тексту; адресність політичного тексту; стратегію та тактику в політичній комунікації; безпосередньо політичний наратив [25, с. 108]. Проте всі категорії перекладацьких проблем бачаться нам взаємопов'язаними, і в лінгвостилістичних особливостях політичного дискурсу так чи інакше відображені всі інші його характеристики та особливості: у фонетиці, лексиці, граматиці та стилістиці кожного окремого тексту знаходять втілення цільові установки, політичні погляди та переконання, особисті якості, умови створення, функціонування та сприйняття тексту комунікантами. Це стосується й неологізмів.

Найчастіше семантичне поле неологізму має безліч значень, той чи інший неологізм, використаний політиком у своїй промові для визначення якогось конкретного явища, у загальнозживаному сенсі може мати зовсім інше значення. Тому слід враховувати багатозначність неологізмів, які у політичній сфері. Неправильне визначення відповідного значення може призвести до непокінченості членів речення, а також неправильного вживання неологізму. Найкраще різниця подібних значень помітна в контексті, це значно спрощує процес семантичного аналізу значень неологізму.

Ще однією особливістю є багатозначність неологізму. Варто зазначити, що наприклад для США характерна наявність безлічі специфічних реалій, суспільних явищ, для розуміння яких необхідно бути жителем цієї держави. Самобутність і унікальність самої держави природним чином впливає і на лексичний склад політичного дискурсу, оскільки неможливо відокремлювати дискурс від мови і держави, в якій цей дискурс має місце. Тому американські політики нерідко створюють авторські неологізми, здатні у короткій формі відобразити те чи інше явище, що носить національний колорит. Такі

особливості спричиняють виникнення труднощів, пов'язаних з розумінням та перекладом неологізму українською мовою.

Наступною особливістю буде відображення специфічного національного колориту, також можна говорити про особливості, пов'язані з наділенням неологізму суто політичною інформацією, в цій ситуації лексичне значення неологізму буде зрозуміло тільки професіоналам, так чи інакше зануреним у ситуацію.

Для перекладу неологізмів, які є в політичному дискурсі, застосовуються такі лексичні трансформації:

1. Транскрипція та транслітерація. Наприклад:

- *What the "Obamagon" lacks in ability, they make up for with optimism* [73] // *Те, чого «Обамагону» не вистачає в здібностях, вони компенсують оптимізмом;*

- *French presidential election a victory for hope, defeat for Trumpism and Putinism* [58] // *Президентські вибори у Франції – перемога надії, поразка трампізму та путінізму;*

- *"There are outlets aplenty, and these things sort of play their way through that," said Lee M. Miringoff... "And in this case it was all Trumpmania"* [77] // *«Існує багато торгових точок, і ці речі як би грають свій шлях через це», – сказав Лі М. Мірінгофф... «І в цьому випадку це була Трампаманія»;*

- *President Trump is trying to overcome eight years of inertia from anti-growth Obamanomics, and until the great American economic machine swallows all the coughs and hiccups and roars fully back to life, taxes are for cutting, not raising* [65] // *Президент Трамп намагається подолати вісім років інерції від антиекономіки Обаманоміки, і доки велика американська економічна машина не проковтне весь кашель, гикавку та повністю повернеться до життя, податки призначені для скорочення, а не для підвищення;*

- *There are some exceptions – but by and large Republican candidates have lined up behind the party's Trumpist faction* [65] // *Є деякі винятки, але загалом*

кандидати від Республіканської партії стоять за **трампістською** фракцією партії;

- *The annual inflation rate is 7.7%. **Trumpflation** is about to pinch MAGA nation [65] // Річний рівень інфляції становить 7,7%. **Трамплфляція** ось-ось ущипне націю MAGA.*

Транскрипція та транслітерація зазвичай використовується в перекладі неологізмів, заснованих на імені політика. Завдяки цьому такий переклад є зрозумілим українському реципієнтові.

2. Калькування. Наприклад: *Canada's politics often seem to trail those of the United States by an election cycle or two. ...while Trudeau fills is very much, in his constant incantation of positive politics and the not very well-defined mantra of "change," a bit **Obamaish** [76] // Здається, що політика Канади часто відстає від політики Сполучених Штатів на один-два цикли виборів. ... у той час як Трюдо заповнює дуже багато, у своєму постійному заклинанні позитивної політики та не дуже чітко визначеної мантри «змін», трохи **по-обамівськи**.*

3. Експлікація або описовий переклад:

- *Philip May: Tory activist, City insider . . . and **Europhile**? Theresa May's husband presented motion to party on 'building up' European Community [70] // Філіп Мей: активіст Тори, міський інсайдер. . . і шанувальник Європи? Чоловік Терези Мей представив партії ініціативу щодо «розбудови» Європейського співтовариства;*

- *Dictators who **erdoganize** their ministers shows to the world how far these oft-corruptpoliticiansare willing to suck up to overseas voters to remain inpowerathome [64] // Диктатори, які використовують політичних лідерів для проведення мітингів у зарубіжних країнах на підтримку своєї кандидатури, показують світові, наскільки ці часто корумповані політики готові підкорюватися виборцям за кордоном, щоб залишитися при владі вдома;*

- *Meet the **Trumpettes**: Donald Trump's Loyal High Society Female Supporters* [64] // Зустрічайте **жінок-прихильниць Трампа**: лояльні прихильниці вищого суспільства Дональда Трампа;

- *A very dangerous road': Putin and the U.S. navigate a new round of nuclear **brinkmanship*** [67] // Дуже небезпечний шлях»: Путін і США ведуть новий раунд ядерного **балансування на межі війни**;

- *Discover our multimedia online magazine, featuring in-depth profiles of intriguing artisans and innovators. Explore the world of craftsmanship with us!* [68] // Відкрийте для себе наш мультимедійний онлайн-журнал, що містить докладні профілі інтригуючих ремісників і інноваторів. Відкрийте для себе **мистецтво впливу на маси разом з нами!**;

- *Through engaging portraits of the lives, characters, and thought of select statesmen-thinkers, Mahoney makes a spirited case for **statesmanship*** [64] // За допомогою захоплюючих портретів життя, характерів і думок обраних державних діячів-мислителів Махоні наводить жваві аргументи на користь **державної мудрості**.

Як бачимо, описовий переклад є досить частотним у перекладі неологізмів політичного дискурсу. Це зумовлено необхідністю якомога точніше передати оригінальне значення слова задля уникнення непорозумінь.

4. Генералізація. Наприклад: *NATO set to increase its high-readiness forces to over 300,000 in massive military **buildup*** [] // НАТО має намір збільшити свої сили високої готовності до понад 300 000 осіб у масштабному **нарощуванні військової сили**. *Buildup* – це неологізм, утворений способом семантичної деривації та який означає «нарощування військової напруги» [39]. У даному випадку використано генералізацію в перекладі, оскільки з контексту і так зрозуміло, що мова йде про військовий аспект.

5. Модуляція (смісловий розвиток): ***Fear**dom: How Politicians Exploit Your Emotions and What You Can Do to Stop Them* [] // **Демократичний страх**: як політики використовують ваші емоції та що ви можете зробити, щоб їх зупинити.

б. Запозичення, наприклад: *Post-Brexit trade deals taking longer than promised. The UK government is on course to miss its target for signing deals, as exporter numbers fall* [] // *Торговельні угоди після **Brexit** тривають довше, ніж обіцяли. Уряд Сполученого Королівства має намір не досягти мети щодо підписання угод, оскільки кількість експортерів падає.* Без пояснення у даному випадку запозичення було зрозумілим лише реципієнтам, які знайомі зі світовими політичними подіями останніх років.

Загалом, у перекладі неологізмів політичного дискурсу досягнення повної еквівалентності лише на рівні лексичних одиниць є неможливим через використання перекладацьких трансформацій. В даному випадку може йтися про часткову еквівалентність тексту на лексичному рівні. Крім того, відсутність повної еквівалентності на мовному рівні також може бути причиною різних прийомів прагматичної адаптації. Використання прагматичної адаптації обумовлено різницею менталітету та культур.

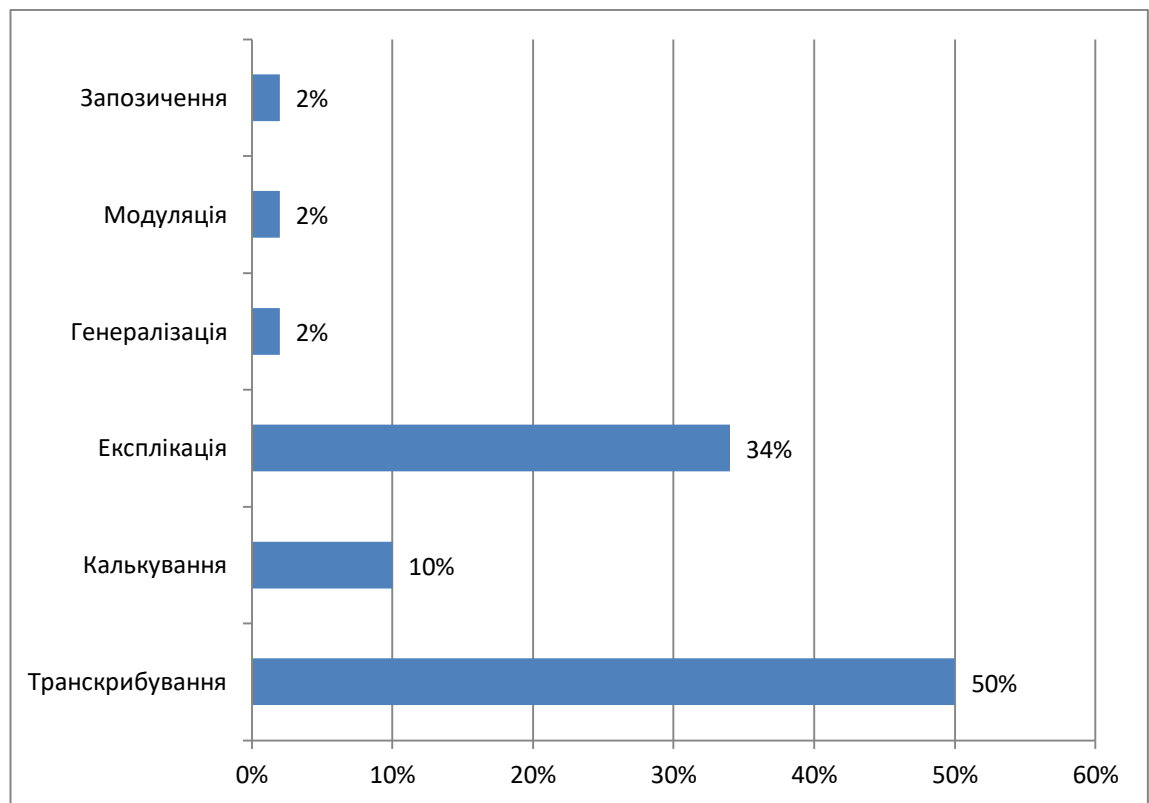
Важливо відзначити використання прийомів опущення та описового перекладу. Як зазначають дослідники, використання даних прийомів у рамках прагматичної адаптації може бути пов'язане з недостатнім виразом елемента сенсу в перекладному тексті лексичними одиницями мови перекладу та навпаки [40, с. 80].

При перекладі часто трапляються випадки, коли неологізм оригіналу може мати широкий спектр значень на відміну від відповідності у перекладній мові і навпаки. До того ж значення, і навіть емоційне забарвлення таких лексичних одиниць можуть радикально змінюватися залежно від контексту і слів. Крім того, еквівалентність окремо взятих лексичних одиниць, сегментів або всього тексту безпосередньо залежить і вимагає від перекладача знання асоціацій, пов'язаних з культурою, традиціями та побутом реципієнта тексту.

Чіткий поділ лексичних трансформацій можливий тільки в теорії, тому що в реальності переклад є складним творчим процесом, при якому перекладачеві для вирішення перекладацьких завдань необхідно застосовувати різні перекладацькі прийоми. Одна трансформація нерідко

народжує потребу у використанні іншої. Так, наприклад, лексичні трансформації дуже часто спричиняють граматичні трансформації, змушуючи перекладача комбінувати обидва типи трансформацій. Правильне використання гарантує максимальну еквівалентність при перекладі.

Таким чином, в перекладі неологізмів політичного дискурсу наявна велика кількість лексичних перекладацьких трансформацій, що узагальнено на Рис. 3.3. Вибір конкретної трансформації завжди залежить від перекладача та завдань, які він ставить перед собою під час перекладу, а також від спільних і схожих рис між мовою оригіналу та мовою перекладу.



Мал. 3.2. Способи перекладу неологізмів в політичному дискурсі та їх кількісне співвідношення

Висновки до Розділу 3

1. Найчастотнішим способом перекладу неологізмів в газетному та Інтернет дискурсах є транскрибування (40%). Далі за частотою використовується описовий переклад (25%), калькування (15%), модуляція (5%), запозичення (4%), конкретизація (5%), генералізація (5%) та опущення (1%). Опущення при перекладі неологізмів використовується вкрай рідко,

адже від цього залежить стилістичне забарвлення сказаного, авторське ставлення до висловлюваного, а тому опущення можливе лише в крайньому випадку, коли неологізм не несе важливого смислового значення.

2. В перекладі неологізмів політичного дискурсу наявна велика кількість лексичних перекладацьких трансформацій, серед яких: транскрибування (50%), описовий переклад (34%), калькування (10%), генералізація (2%), модуляція (2%), запозичення (2%). Вибір конкретної трансформації завжди залежить від перекладача та завдань, які він ставить перед собою під час перекладу, а також від спільних і схожих рис між мовою оригіналу та мовою перекладу.

ВИСНОВКИ

Отже, проведене дослідження дозволило дійти певних висновків:

1. Єдиного визначення терміна «неологізм» на сьогодні не існує. Більшість мовознавців розуміє під цим терміном мовленнєве утворення, яке виникає у процесі індивідуального творчого акту як результат свідомого порушення автором мовної норми. Для позначення новостворених слів використовують різні терміни, зокрема такі як «лексичний новотвір», «індивідуально-авторський новотвір», «авторський неологізм», «неолексема», «оказіоналізм», «оказіональне слово», «лексична інновація». У рамках нашого дослідження усі ці терміни використовувалися як синонімічні для позначення нових, незафіксованих словником слів, які існують у межах того чи іншого лексикону.

2. Словниковий склад англійської мови – одне ціле. Він не стоїть на місці, постійно змінюється, наповнюється, з'являються нові лексичні одиниці, деякі, навпаки, виходять з ужитку. Сфери, в яких найчастіше виникають неологізми – ті, в яких відбуваються інновації. Насамперед, це сучасні технології, наука, політичне та суспільне життя англійського народу, а також сфера ЗМІ та художнього мовлення. Проте найбільше неологізмів виникає у сфері інформаційних технологій, економіці та у повсякденному житті.

3. Існують різні словотворчі моделі неологізмів що засвідчує активний розвиток словотворення на сучасному етапі розвитку англійської мови. В процесі творення слів у сучасній англійській мові беруть участь наступні види словотворення: аббревіація, конверсія, відокремлення значення, афіксація, дезафіксація, основоскладання, компресія. Ці види словотворення можуть діяти самостійно або в поєднанні одне з одним.

4. Основні труднощі в перекладі неологізмів полягають у з'ясуванні значення нового слова. Власне, переклад неологізму, значення якого вже відомо перекладачеві – завдання порівняно більш просте, і вирішується воно шляхом використання різних прийомів і способів перекладу в залежності від

того, до якого типу слів належить даний неологізм. Спеціальних прийомів перекладу неологізмів не існує. Особливості перекладу кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить (терміни, назви, синоніми до слів, які вже мають відповідності в мові та ін.).

При використанні зафіксованих в двомовних словниках відповідників у перекладача, як правило, не виникає особливих труднощів в процесі перекладу неологізмів. Єдине, що слід відзначити в цьому контексті: при наявності в словнику двох і більше відповідників перекладу неологізму, перекладач повинен враховувати контекст і прагматичну установку перекладу при виборі найбільш відповідного варіанту.

5. Газетний дискурс представлений медіатекстами, за допомогою яких здійснюється масова комунікація, які виконують особливі функції та їх дослідження має свою специфіку.

В сучасному англомовному газетному дискурсі виділяються певні тематичні групи неологізмів, серед яких найчастотнішими є категорії «Люди і суспільство» (*guardianista, couponer, foodie*), «Телебачення, музика та газети» (*rumourazzi, infoganda, actorvist*), «Економіка» (*credit crunch, stagflation*), «Політика» (*blairism, putinism*). Більшість неологізмів у газетному дискурсі є конотованими, що засвідчує їх важливу роль у творенні стилістичного забарвлення висловлювання.

Інтернет дискурс – це різновид дискурсу, обмеженого ситуацією спілкування у віртуальному просторі, у контексті якого породжуються специфічні жанри, оперують специфічними концептами та виділяються особливі типи особистостей.

В сучасному англомовному Інтернет дискурсі виділяються такі групи неологізмів: найменування різних інформаційних пристроїв (*mob, e-book, Ibook*), найменування людини або групи людей за певними ознаками (*mousepotato, dadbod*), найменування людей за їхніми вподобаннями в Інтернет дискурсі (*Facebooker, YouTuber*), найменування Інтернет продукту (*dramedy, romcom*), дії в Інтернеті та поза його межами (*to blog, to compute, to*

egosurf, to sofalize), дії з новітніми технологіями (*to (de)friend, to blacklist* або *to netmeet*), відносини між людьми (*manspreading, unimoon/ solomoon*), характеристики предметів і явищ (*hangry, snackable*).

6. Політичний дискурс є сукупністю усіх мовленнєвих актів у відповідній інституційній атмосфері, що реалізується в усній та письмовій формі, передбачає врахування передісторії, очікувань автора та аудиторії, прихованих мотивів, сюжетних схем тощо.

В сучасному англомовному політичному дискурсі виділяються такі групи неологізмів: назви людей за їх політичними поглядами (*Europhile*), назви політичних та ін. структур (*Trumpism, Putinism*), назви політичних почуттів та переконань (*Trumpatania, Trumpaganda*), назви напрямків та типів політики (*Obamanomics*), назви політичних процесів (*Eurogeddon*), політична ознака за дією (*Americancentric*), дієслова на позначення політичних дій та процесів (*to erdoganize*), прислівникові неологізми із семою «стиль політики» (*Putinesque*).

7. Найчастотнішим способом перекладу неологізмів в газетному та Інтернет дискурсах є транскрибування (40%). Далі за частотою використовується описовий переклад (25%), калькування (15%), модуляція (5%), запозичення (4%), конкретизація (5%), генералізація (5%) та опущення (1%). Опущення при перекладі неологізмів використовується вкрай рідко, адже від цього залежить стилістичне забарвлення сказаного, авторське ставлення до висловлюваного, а тому опущення можливе лише в крайньому випадку, коли неологізм не несе важливого смислового значення.

8. В перекладі неологізмів політичного дискурсу наявна велика кількість лексичних перекладацьких трансформацій, серед яких: транскрибування (50%), описовий переклад (34%), калькування (10%), генералізація (2%), модуляція (2%), запозичення (2%). Вибір конкретної трансформації завжди залежить від перекладача та завдань, які він ставить перед собою під час перекладу, а також від спільних і схожих рис між мовою оригіналу та мовою перекладу.

Проаналізувавши переклад неологізмів у газетному, Інтернет та політичному дискурсах, можемо зробити висновок, що неологізми викликають деякі труднощі під час перекладу, оскільки у більшості випадків в іншомовній культурі немає предмета чи явища, термінованого реалією у мові перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адах Н.А. Авторські лексичні новотвори в поезії Василя Барки: семантика, функції, прагматика: автореф. дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2009. 20 с.
2. Андрієнко Т. Когнітивні чинники, що визначають вибір стратегії перекладу. *Філологічні трактати*. 2012. Т.4. № 3. С. 5–13.
3. Бойченко Л.М. Оказіоналізми як елементи поетичної моделі світу. *Сучасна картина світу: інтеграція наукового та позанаукового знання*. Суми, 2002. С. 163-169.
4. Вокальчук Г. Авторський неологізм в українській поезії ХХ століття (лексикографічний аспект): монографія. Рівне: Науково-видавничий центр «Перспектива», 2004. 524 с.
5. Волошин Ю.К. Новоутворення та власне неологізми сучасної англійської мови (досвід диференціації нових слів): автореф. дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Німецькі мови". М., 1971. 20 с.
6. Демецька В.В. Адаптація як поняття перекладознавства й культурології. *Вісник СумДУ. Філологічні науки*. № 1. 2007. Т. 2. С. 96–102.
7. Дискурс іноземномовної комунікації: кол. моногр. / наук. ред. проф. К. Кусько. Львів: Вид-во Львів. нац. ун-ту імені Івана Франка, 2001. 495 с.
8. Зацний Ю. А. 11 вересня 2001 року і поповнення словникового складу англійської мови. *Вісник Сумського державного університету*. Суми, 2002. № 4. С 75-79.
9. Інноваційні процеси в лексиконі та граматичному ладі сучасної української мови. Проект ДФФД: № 07.07/5/ Під кер. Карпіловської Є.А. *Фундаментальні орієнтири науки*. К.: Академперіодика, 2005. С. 98-127.
10. Лобода В.А. Перекладацькі трансформації: дефінітивний характер та проблема класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. № 43. 2019. С. 72-74

11. Павлюк Н. В., Мілова О. Є. Перекладацька практика: методичні рекомендації. Київ : КУБГ. 2017. 42 с.
12. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 423 с.
13. Поліщук А.В. Комплексні перекладацькі заміни в англо-українському перекладі наукових текстів. 2015. С. 139-147.
14. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. Вінниця. «Нова Книга», 2001. 448 с.
15. Коломієць І. І. Основні лінгвістичні поняття і категорії. Умань: ВПЦ «Візаві», 2015. 202 с.
16. Коптілов В. В. Теорія і практика перекладу: навч. посіб. Київ: Юніверс, 2003. 280 с.
17. Карабан В. І., Карабан А.В. Узусні перекладацькі трансформації. *Стиль і переклад*. 2018. Вип. 1. С. 186-204.
18. Колесник А. О., Белікова О.Ф. Перекладацькі прийоми під час перекладу термінології наукових текстів. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2010. Вип. 1. С. 719-727.
19. Коваленко А.Я. Загальний курс науково-технічного перекладу. – Київ. «ІНКОС», 2002. 127 с.
20. Колоїз Ж.В. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету: Філологічні студії*. 2008. Випуск 1. С. 27-36.
21. Кияк Т. Р. Теорія та практика перекладу (німецька мова) : підручник. Вінниця, 2006. 586 с.
22. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 2 : М-Я. С. 116; 289.
23. Максимов С. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту для студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання: Навчальний посібник. Київ: Ленвіт, 2006. 157 с.

24. Медвідь О. М., Ізмайлова І.Г. Прагматичні інтерпретації текстів політичного дискурсу. *Вісн. СумДУ*. 2008. № 1. С. 66-71.
25. Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / за заг. ред. Н.М. Хоми. Львів: «Новий Світ – 2000», 2015. 492 с.
26. Полюжин М.М., Максимчук Н.М., Омельченко Л.Ф. Теорія і практика перекладу з англійської мови на українську : навчальний посібник. К. : УМК ВО, 1991. 96 с.
27. Пустовіт Л.О. Okazіоналізм. *Українська мова: енциклопедія*. Вид. 2-е Київ: Вид.-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 432-433.
28. Сербенська О.А., Волощак М.Й. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. Київ: Просвіта, 2001. 108 с.
29. Стишов О.А. Лексичні інновації з погляду нормативності. Київ: Наук. Думка, 1999. 270 с.
30. Тлумачний словник української мови. URL: <https://www.slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%B4%D0%B5%D0%B2%D1%96%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F> (дата звернення: 05.09.2022).
31. Томілова О.Б. Неологізми у політичному дискурсі. URL: dspace.bsmu.edu.ua:8080/xmlui/handle/123456789/10337?locale-attribute=ru (дата звернення: 05.09.2022).
32. Українська мова: Енциклопедія / Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України. 3-е видання. Київ: Українська енциклопедія, 2007. 852 с.
33. Федоренко О. Політичні неологізми-запозичення в англійськомовних засобах масової інформації. *Південний архів. Філологічні науки*. 2018. Вип. 73. С. 139-143.
34. Чернявська І.В. Особливості неологізації англійськомовного медійного політичного дискурсу. *Молодий вчений*. 2020. №11 (87) С. 505-507.
35. Agar M. *Language Shock: Understanding the culture of conversation*. Harper Paperbacks, 1995. 288 p.

36. Baker M. Routledge Encyclopedia of Translation Studies. London & New York: Routledge. 2005. 265 p.
37. Bassnett S. Translation Studies. London & New York: Routledge. 2002. 211 p.
38. Catford J. C. A Linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics. Oxford: Oxford University Press, 2005. 103 p.
39. Free English Online Neologisms Dictionary. URL: <https://www.ats-group.net/dictionaries/dictionary-neologisms.html> (дата звернення: 05.11.2022).
40. Globalization, Political Violence and Translation. Eds. E.Bielsa, C.W.Hughes. London, Palgrave Macmillan Publ., 2009. 271 p.
41. Godard B. Theorizing Feminist Discourse/*Translation. Translation, History and Culture* / Eds. S.Bassnett, A.Lefevere. London, Pinter Publ., 1990, Pp. 87–106.
42. Guilbert L. La créativité lexicale. Paris, Librairie Larousse Publ., 1975. P. 54-72.
43. Merriam-Webster dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/term> (дата звернення: 02.10.2022).
44. Munday J. Introducing Translation Studies: Theories and Applications. 1st ed. 2001. London, New York, Routledge Publ., 2013. 236 p.
45. Nida T., Taber Ch.R. The Theory and Practice of Translation. The Netherlands: Leiden: Brill, 2002. 218 p.
46. Online etymology dictionary. URL: <https://www.etymonline.com>
47. Orlando L. Taylor. Cross-Cultural Communication: An Essential Dimension of Effective Education. Revised and reprinted, 2010. 208 p.
48. Oxford Learners Dictionaries. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/term_1?q=term (дата звернення: 02.10.2022).
49. Paz O. Translation, Literature and Letters. *Theories of Translation: An Anthology of essays from Dryden to Derrida* / Eds. R. Schulte, J.Biguenet, trans. I.del Corral. Chicago, Univ. of Chicago Press, 1992, Pp. 152–162.

50. Political Discourse, Media and Translation / Eds. C. Schaeffner, S.Bassnett. Newcastle-upon-Tyne, Cambridge Scholars Publ., 2010. 254 p.
51. Postcolonial Translation. Theory and Practice. Eds. S.Bassnett, H.Trivedi. London, New York, Routledge Publ., 1999. 201 p.
52. Reiss K. Text Types, Translation Types and Translation Assessment. In: Chesterman, Andrew (ed.) Readings in Translation Theory. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab., 1989. 130 p.
53. Rey A. Essays on terminology; translated and edited by Juan C. Sager. Amsterdam: John Benjamins, 2005. 480 p.
54. Toury G. Descriptive Translation Studies and Beyond. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publ., 2005. 319 p.
55. Venuti L. The Translator's Invisibility. [2nd ed.]. London and New York : Routledge, 2008. 319 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

56. 'Brexit' Imperils London's Claim as Banker to the Planet. URL: <https://www.nytimes.com/brexit-uk-london-banking.html> (дата звернення: 02.11.2022).
57. Facebook. URL: <https://facebook.com> (дата звернення: 11.11.2022).
58. French presidential election a victory for hope, defeat for Trumpism and Putinism. URL: <http://www.nydailynews.com/opinion/french-election-victory-hope-defeat-trumpism-putinism-article-1.3146332> (дата звернення: 02.11.2022).
59. How Greenwashing Affects the Bottom Line. URL: <https://hbr.org/2022/07/how-greenwashing-affects-the-bottom-line> (дата звернення: 02.11.2022).
60. How Lindsay Lohan turned her life around after drink-drive arrests and rehab stints. URL: <https://www.mirror.co.uk/all-about/drink-driving> (дата звернення: 05.12.2022).

61. Howstuffworks magazine. URL: <https://money.howstuffworks.com/personal-finance/budgeting/5-extreme-coupon-tips-for-normal-people.htm> (дата звернення: 02.11.2022).
62. Independent newspaper. URL: <https://www.independent.co.uk/news/people/words-warmedy-n-1117155.html> (дата звернення: 05.12.2022).
63. Instagram. URL: <https://instagram.com> (дата звернення: 11.11.2022).
64. Killing The Economy To Kill Corruption. URL: <https://guardian.ng/opinion/backlash-killing-the-economy-to-kill-corruption/> (дата звернення: 05.11.2022).
65. Loose talk about gasoline taxes. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2017/may/3/editorial-loose-talk-about-gasoline-taxes/> (дата звернення: 02.11.2022).
66. Medium magazine. URL: <https://medium.com> (дата звернення: 02.11.2022).
67. Mike Pence Handed Hillary Clinton The White House With His Fox News Driven VP Speech. URL: <http://www.politicususa.com/2016/07/20/mike-pence-handed-hillary-clinton-white-house-fox-news-driven-vp-speech.html> (дата звернення: 02.11.2022).
68. NYT's Helene Cooper: Criticism Of Obama Statement On Castro Reveals An "American-Centric" View Of Cuba. URL: <http://www.realclearpolitics.com/criticism-of-obama-statement-on-castro.html> (дата звернення: 02.11.2022).
69. Paste magazine <https://www.pastemagazine.com/comedy/dramedy/rethinking-the-dramedy-what-is-it-anyway/> (дата звернення: 02.11.2022).
70. Philip May: Tory activist, City insider . . . and Europhile? URL: <https://www.ft.com/6fa69b80-12f5-11e7-b0c1-37e417ee6c76> (дата звернення: 05.12.2022).

71. Sun Journal. URL: <https://www.sunjournal.com/2006/07/08/mouse-potato-needing-bling/> (дата звернення: 05.12.2022).
72. The Brilliance Of Paul Ryan's Putinesque Approach To Trump. URL: <http://www.redstate.com/brilliance-paul-ryans-putinesque-approach-trump/> (дата звернення: 05.12.2022).
73. The Pentagon Envisions a Horrible and Dystopian Metropolis of the Future. URL: <http://www.thedrive.com/the-pentagon-envisions-a-horrible-and-dystopian-metropolis-of-the-future> (дата звернення: 11.11.2022).
74. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2021> (дата звернення: 11.11.2022).
75. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2004/03/28/arts/operation-iraqi-infoganda.html> (дата звернення: 11.11.2022).
76. Trudeau's walk on the bright side of Canada. URL: <http://www.newyorker.com/daily-comment/trudeaus-walk-on-the-bright-side-of-canada> (дата звернення: 11.11.2022).
77. Trump Bows Out, but Spotlight Barely Dims. URL: <http://www.nytimes.com/2011/05/17/us/17trump.html> (дата звернення: 11.11.2022).
78. Turkish Voters Have Punished the Ruling Party for Bullying Minorities. URL: <http://time.com/turkey-elections-analysis/> (дата звернення: 11.11.2022).
79. Twitter. URL: <https://twitter.com> (дата звернення: 11.11.2022).
80. US investors busy making other plans. URL: http://www.telegraphherald.com/news/opinion/article_0f10170a-c2b4-55a2-4e866.html (дата звернення: 11.11.2022).