

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

Гуманітарно-правовий факультет

Кафедра прикладної лінгвістики

**Пояснювальна записка**  
**до дипломної роботи**  
магістра

на тему: «Сучасні англійські неологізми та популярні слова в соціальних мережах та способи їх перекладу українською мовою»

ХАІ.703.723лМ. 22О.035.9685525 ПЗ

**Виконала:** студентка ІІ курсу, групи 723лМ  
**Спеціальність** 035 «Філологія»

**Освітня програма** «Прикладна лінгвістика»  
Бігун Тетяна Валеріївна

**Керівник:** кандидат філологічних наук,  
доцент, професор кафедри прикладної  
лінгвістики  
Гелетка М.Л.

**Рецензент:** доктор філол. наук, професор,  
професор кафедри перекладознавства  
імені Миколи Лукаша ХНУ ім. В.Н. Каразіна  
Фролова І.Є.

Міністерство освіти і науки України  
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

Факультет Гуманітарно-правовий  
(повне найменування)  
Кафедра Прикладна лінгвістика  
(повне найменування)  
Рівень вищої освіти другий (магістерський)  
Спеціальність 035 Філологія  
(код та найменування)  
Освітня програма Прикладна лінгвістика  
(код та найменування)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри**

В.В. Рижкова  
(ініціали та прізвище)  
( підпис)  
« 06 » грудня 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Бігуні Тетяні Валеріївні

(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема дипломної роботи *«Сучасні англійські неологізми та популярні слова в соціальних мережах та способи їх перекладу українською мовою»*

керівник дипломної роботи Гелетка Маргарита Леонідівна, кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри прикладної лінгвістики

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Університету від «17» листопада 2022 р. № 1585-УЧ

2. Термін подання студентом дипломної роботи «06» грудня 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи *Теоретична частина: опираючись на думки та гіпотези лінгвістів та філологів, визначити природу неологізма та його класифікацію. Окрім цього, за приклад були взяті різні методи побудови англійських слів та прикладені на нові слова. Практична частина: проаналізувати 500 нових англійських лексичних одиниць в соціальних мережах та вирахувати статистичні дані, які допоможуть виявити найадекватніші методи перекладу, та стануть корисним внеском в майбутніх аналізах.*

4. Зміст пояснювальної записки (перелік завдань, які потрібно розв'язати)

*1. Дослідити причини виникнення неологізму та які чинники впливають на ці процеси утворення. 2. Визначити основні методи перекладу та побудови неологізмів в медійному просторі; 3. Відібрати список англомовних елементів з соціальних мереж та їх особливості; 4. Проаналізувати різні випадки слів та складність їх перекладу на англійську мову; 5. Продемонструвати результати у діаграмах.*

5. Перелік графічного матеріалу

*Рисунків – 8, таблиць – 4, діаграм – 4, презентація в Power Point – 14 слайдів.*

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділи 1-4	Гелетка М.Г. – кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри прикладної лінгвістики		

Нормоконтроль \_\_\_\_\_ В.В. Рижкова \_\_\_\_\_ « 06 » грудня 2022 р.  
(підпис) (ініціали та прізвище)

7. Дата видачі завдання «18» березня 2022 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів роботи	Підпис керівника
1	Теоретична частина: надати загальне розуміння науки лексикології та її основні фокуси; визначити неологізм як термін; проаналізувати типові лексичні помилки; виділити різновиди неологізмів, методи їх дослідження в парадигмі синхронічного та діахронічного аналізів; з'ясувати основні шляхи утворення нових слів.	13 червня 2022	
2	Завершити роботу над теоретичною частиною дослідження. Практична частина: надати перелік трансформацій перекладу, що зустрічаються у категорії Інтернет слів; методом вибірки віднайти 500 англійських неологізмів у соціальних мережах включаючи модні слова та інші різновиди; встановити найдоцільніші методи перекладу нових англомовних слів на українську мову; надати емпіричні та статистичні дані про релевантність неологізмів в контексті цифрових медіа; дослідити нові лексичні одиниці платформ Інстаграм та Тік Ток з різних перспектив; пояснити роль хештегів як інструмента пошуку евфемізмів у лінгвістичному дискурсі; виділити найдоцільніші перекладацьку трансформації у перекладі неологізмів з англійської на українську мову.	01 вересня 2022	
3	Підготувати дипломну роботу в повному обсязі для подачі на попередній захист.	06 грудня 2022	

**Здобувач вищої освіти** \_\_\_\_\_

( підпис )

**Керівник роботи** \_\_\_\_\_

( підпис )

Т.В. Бігун

(ініціали та прізвище)

М.Л. Гелетка

(ініціали та прізвище)

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження неологізмів та їх різновиди.....	6
1.1. Загальні концепції англійської лексикології.....	6
1.2. Неправильне використання слів та типові лексичні помилки.....	9
1.3. Визначення неологізму та його різновиди.....	15
1.4. Оказіоналізми.....	21
1.5. Модні слова як результат становлення та популярності неологізмів у суспільстві.....	27
1.6. Сленг.....	31
1.7. Запозичення.....	32
ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 1.....	35
РОЗДІЛ 2. Особливості дослідження та перекладу неологізмів.....	36
2.1. Методи вивчення неологізмів. Синхронічний та діахронічний методи аналізу Фердинанда де Сюсюра.....	36
2.2. Способи перекладу неологізмів.....	41
2.3. Транскодування.....	48
2.4. Еквівалентна лексична заміна та прямий переклад.....	48
2.5. Калькування.....	50
2.6. Описовий переклад.....	54
2.7. Пряме включення.....	57
2.8. Антонімічний переклад.....	58
ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 2.....	60
РОЗДІЛ 3. Способи утворення неологізмів.....	61
3.1. Змішені та похідні слова.....	61
3.2. Запозичені слова та конверсія.....	61
3.3. Скорочення. Нові карбування слів і афіксація.....	66
3.4. Редуплікація та відсікання.....	70
ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 3.....	72
РОЗДІЛ 4. Неологізми в Інтернеті.....	73
4.1. Соціальні мережі та їх роль у лінгвістиці.....	Error! Bookmark not defined.
4.2. Неологізми, що позначають об'єкти та дії в соціальних мережах.....	80
4.3. Підписи в Інстаграм як джерело для поповнення нових слів.....	82
4.4. Адаптування назв Тік Ток трендів в англійському лексиконі.....	85
4.5. Хештеги – інструменти створення неологізмів.....	88
ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 4.....	92
ВИСНОВКИ.....	94
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	96
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	100
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	101
ДОДАТКИ.....	103
Додаток 1. Способи передачі перекладу неологізми та власні варіанти транскодування.....	103

## ВСТУП

Швидкий розвиток науки, техніки та цифрових мереж призводить до появи великої кількості неологізмів через потребу в номінації нових реалій. Мовна репрезентація фіксує зміни в концептуалізації світу індивідів. Це перш за все свідчить про мінливість мови та її рухливість у напрямку глобальних змін.

З входженням у корпус мови нових елементів, вчені все більше уваги почали приділяти лінгвістичній експансії. Оскільки нові слова регулярно з'являються в англійській мові, науковці повинні безперервно їх вивчати та фіксувати у відповідних словниках.

**Актуальність нашого дослідження** полягає в тому, що сьогодні існує мало досліджень, які аналізують англійські неологізми та модні слова для передачі на українську мову.

**Новизна** полягає у тому, що для збору даних взяті трендові, модні слова, які були популярними в англійській мові у 2019-2022 роках.

**Об'єктом нашого дослідження** є англійські неологізми, модні слова, сленгові та жанрові лексичні одиниці у сучасному просторі Інтернету.

**Предметом дослідження** є особливості перекладу, словотвору та синтезу значення нових лексем у англійській мові.

**Гіпотеза дослідження:** виникнення неологізмів як продукту еволюції мови у певному соціальному просторі, що змінюють підхід до її вивчення.

**Мета роботи** полягає в покращенні якості методологій та технік при дослідженні нової термінології, а також процесу її класифікації та кодифікації для подальших досліджень.

**Завдання:** дати визначення неологізмів, визначити методи дослідження, визначити методи утворення та проаналізувати неологізми в соціальних мережах, вирахувати статистичні дані з наведених прикладів.

**Методами дослідження роботи стали:** описовий метод, метод суцільної вибірки, метод класифікації, кількісний метод, вивчення теоретичних і практичних джерел за темою дослідження.

**Матеріалом дослідження** послужили 500 неологізмів, відібраних методом суцільної вибірки з Інтернет-ресурсів.

**Теоретична значущість** дослідження полягає у тому, що отримані висновки є внеском у мовознавство, теорію перекладу, неологію та термінологію.

**Практична значущість** полягає у тому, що результати роботи можуть бути використані у лексикографії, перекладу, неології, в укладанні словників.

**Результати дослідження** показали, що внаслідок глобалізації та домінації американських тенденцій користувачі соціальних медіа мають схильність використовувати неологізми англійської мови для комунікацій та власних цілей.

**Структура дипломної роботи** складається зі вступу, чотирьох розділів і висновків до них, загальних висновків, додатків, переліку використаних джерел і довідкових джерел.

### **Публікації.**

1. Бігун Т. В. Способи перекладу безеквівалентної лексики / Т. В. Бігун, О. М. Сергєєва // Матеріали ІХ Регіональної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми прикладної лінгвістики очима наукової молоді». – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т.», 2019. – С. 27.

2. Бігун Т. В. Калька як спосіб перекладу нових гламурних евфемізмів англійської мови в медіа-контексті / Т. В. Бігун // Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми прикладної лінгвістики очима наукової молоді». – Харків, 7 грудня 2022 р. : Тези доповідей. – Х. : Видавець Рожко С. Г., 2022 (подано до друку).

### **Апробації.** Участь у конференціях у 2022-2023 роках:

1. ІІ Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми прикладної лінгвістики очима наукової молоді». – Харків, 7 грудня 2022 р.

## РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження неологізмів та їх різновиди

### 1. 1. Загальні концепції англійської лексикології

**Лексикологія** – розділ мовознавства, що вивчає значення слів. Це комплексна наука, яка вимагає застосування багатьох лінгвістичних підходів і методів для аналізу слова. При дослідженні враховується граматики слова, його зв'язок зі значенням, а також функції у складі різних словосполучень, фразеологізмів або в тексті. Коли слова потрапляють у словосполучення або контекст, вони перестають бути словами. Слова трансформують свої форми та значення залежно від ситуації, що зазвичай називають лексикою. На противагу цьому, словниковий запас може бути широко описаний як знання про значень слів.

Ще з давніх часів, поняття «слово» цікавило багатьох філософів наштовхувало їх на різні думки з цього приводу. Для великих мислителів «слово» завжди було складним питанням, яке викликало суперечки. Важливість слова полягає у тому, що словесно людина може викласти свої думки, тобто узагальнити та передати ідею. Разом з тим словесний акт мислення зображує дійсність через безпосередні психічні процеси.

Призначення слів, як і інших одиниць, полягає в тому, щоб визначати різні поняття. Вони можуть визначати вже існуючі речі нашого світу, такі слова як стіл, озеро, любов.

**Пряме значення слова** – це основне, первинне значення слова, в той час як ідіома передає певне значення всього словосполучення (іноді прямий переклад не відповідає дійсному значенню). Переносне значення слова – це його вторинне значення, яке виникло на основі прямого. Пряме значення слова – це його основне лексичне значення. Слово в переносному значенні – це образна назва, перенесена з одного предмета і явища на інше. Слово може мати кілька переносних значень. Приклад: *when pigs fly means never; it's raining cats*

*and dogs* – heavy rain, *break a leg* – to wish luck, *burn bridges* – to break relationships, *let sleeping dogs lie* – to forget about past mistakes, *be under the weather* – feel sick.

Конотативне значення виявляє зв'язок між словами, надає слову іншого значення, а також пов'язує його з почуттями та поведінкою користувача мови при виборі терміна [34, с. 172].

Грамматика тісно пов'язана з лексикологією, оскільки лексика розміщується в словник і відбирається відповідно до граматичних характеристик. Слова не мають сенсу, поки вони не з'єднані між собою за допомогою граматики. Спільною метою граматики та лексикології є зосередження уваги на правильному застосуванні мови в суспільстві. Деякі компоненти граматичного значення можуть бути ідентифіковані за позицією слова. Лексичні одиниці “*looks, does, has, sings, dances, counts*” мають однакові граматичні характеристики, як правило, ми додаємо закінчення -s після “*he, she, it*”

Розрізнення між лексичним і граматичним компонентами значення лежить в основі способу їх передачі. Ідея множинності, наприклад, може ґрунтуватися на лексичному значенні слова; вона може також виражатися у формах різних елементів незалежно від їх лексичного значення, наприклад, квіти, дерева, пальці. Поняття відношення може передаватися лексичним значенням слова або прийменниками, напр. *of, in, at* тощо. Прийнято класифікувати лексичні одиниці на основні класи слів (іменники, дієслова, прикметники та прислівники) та другорядні класи слів (артиклі, прийменники, сполучники тощо). Всі елементи основного класу слів мають характерну семантичну ознаку, яка, хоча і дуже розмита, може розглядатися як лексичний компонент значення частини мови [26, с. 10].

Стилістика займається такими питаннями, як синонімія і полісемія, вживання слів за певних обставин, у певних предметах і ситуаціях. Конкретне значення багатозначного слова розкривається в контексті, тобто в його поєднанні з іншими словами. Правильно побудований контекст усуває



багатозначність слова і, отже, не створює двозначності. Соціолінгвістика пояснює мову як соціокультурний феномен спільноти, як "human-language interaction". Фонетика вивчає фонемі, найменші одиниці мови, які допомагають відрізнити одне слово від іншого, які не позначають ніякого значення, але служать для створення значення слова. Лексикологія, у свою чергу, вивчає лексику, лексему, словники.

**Слово** – це сукупність морфем, об'єднаних за граматичними правилами мови, що становить звукове вираження матеріального чи нематеріального предмета або явища навколишнього світу, які описуються за допомогою асоціацій.

Корінь є лексичним ядром слова, і він властивий ряду слів, які утворюють лексичний кластер слів, наприклад, корінь "*norm*" породжує "*abnormal*" – "*normality*" – "*paranormal*". Основа – це морфема, яка залишається недоторканою у своїй парадигмі: write, written, writes, writing. Основи, які збігаються з коренем слова називаються прості основи як у *trees*, *reads*, і т.д. Основи, які містять один або кілька афіксів, називаються похідними основами [24, с. 5].

Під слово-групою розуміється група слів, які присутні в мові у вигляді готової одиниці з одним значенням [29, с. 7]. Визначення лексики вказує на всі слова та еквіваленти слів мови чи певної галузі, які систематизовано та пояснено. Лексема – це лексична одиниця словникового складу мови, що містить усі її парадигматичні, семантичні та фонологічні форми.

Джон Айто, письменник і лексикограф вважає, що: «Слова – дзеркало свого часу. Досліджуючи сфери, у яких словниковий запас мови зростає найшвидше за певний період, ми можемо мати уявлення про досить точне враження про головні проблеми людей у той час» (тут і там переклад наш).

Наше суспільство розвивається та модифікується разом із нашим лексиконом, воно служить фактором поштовху для людей, щоб генерувати та надавати нових значень словам і адаптувати їх до наших сучасних звичаїв. Таким чином, нове значення забезпечує пояснення різноманітних явищ, таких

як винаходи, суспільний лад, суспільна поведінка та світогляд у певні століття. Крім того, кожна нова лексична одиниця віддзеркалює суспільну та культурну спадщину, тому вкрай важливо досконало вивчати її розуміння, щоб зрозуміти причини народження світу [33, с. 4].

Український поет Олександр Олесь каже про мову: «Це не лише спосіб спілкування, а щось більш значуще. Мова – це всі глибинні пласти духовного життя народу, його історична пам'ять, найцінніше надбання віків, мова – це ще й музика, мелодія, барви, життя... творча, розумова діяльність народу».

Доречно також згадати і теорію Сепіра-Уорфа або теорія мовної відносності, в якій розглядається взаємозв'язок мови та культури. Ключові теми, які піднімаються у цій теорії: вплив культури на філософські та ідеологічні переконання людей, а саме їх віддзеркалення у мові різних народів. За баченням Сепіра-Уорфа мова передає колективний досвід індивідуумів нації. Вчений висуває припущення, що все у світі має відносність, так як ми виражаємо наш світогляд через мову [4, с. 57].

Як підсумок, свої уявлення про світ, про предмети, явища, процеси людина формулює словами. Ці уявлення стають основою понять. Зв'язок між словом і поняттям дуже тісний: співвідношення значення слова і поняття визначається семантичними зв'язками всередині слова. Мова, як особливий вид людської діяльності, має подвійну природу: з одного боку, вона спрямована на реальний світ, а з іншого – на внутрішній, духовний світ людини.

## **1. 2. Неправильне використання слів та типові лексичні помилки**

**Лексичне значення слова** – це мовне зображення предмета, його короткий опис, мінімальний набір істотних ознак, взятих із числа ознак поняття, які дозволяють розпізнати цей предмет. Лексичне значення слова – це його «оформлений за законами граматики певної мови предметно-предметний зміст, що є елементом загальної семантичної системи словника цієї мови». Він

закріплюється соціолінгвістичною практикою і лежить в основі семантичної структури слова.

Щоб точно зрозуміти значення слова, вчені досліджують його змістовні та логічні характеристики; вони встановлюють зв'язок світу з реаліями, розкривають взаємодію словесних одиниць з іншими словами, досліджують спільні чи відмінні ознаки значень, висвітлюють, як уникнути помилок у роботі з мовою.

Сучасна лексикологія англійської мови вивчає структуру слова та словотвір, класифікацію лексики, пояснення різних складових слів у корпусах англійської мови, застосовуючи для вивчення як теоретичні, так і практичні методи.

Лексична помилка призводить до безлічі проблем у лінгвістиці, головними проблемами є:

### **Повторення однакових або однокореневих слів в одному реченні**

Наприклад:

1. *My mother **cooks** dinner. She **cooks** a pie. I **cook** cookies. I fond of **cooking**.*
2. *You have to **pay** the **payment** we sent to you. When it is **paid**, you can contact us for further instructions.*

**Спотворення** – це слово, яке стосується способів, за допомогою яких речі можуть заплутатися, щоб вони відхилилися від свого стандартного значення. Наприклад:

1. *Personal – personnel.*

Personal – характеристика речі, яка належить лише одній особі, або щось приватне та індивідуальне. Personnel – співробітники або робочий колектив.

2. *Career – carrier.*

Career – професія. Carrier – особа, яка відповідає за доставку товару.

### **Тавтологія і плеоназм**

Порушення лексичних норм часто спостерігається при повторній передачі однієї і тієї ж думки, у вживанні зайвих слів – це явище називається мовною надмірністю, яке може виражатися в тавтології та плеоназмі (див. Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльні приклади для виявлення різниці між плеоназмом та тавтологією

Тавтологія	Плеоназм
Приклади	
<p>1. <i>At 7 p.m in the evening</i> Також не бажане поєднання, так як аббревіатура “<i>p. m.</i>” розшифровується як “<i>post meridiem</i>” від латинської і означає “after noon” щоб вказати на вечірню годину.</p> <p>2. <i>The rate of new innovations has sharply declined.</i> Інновація – це щось нове або вдосконалене (винахід, продукт, послуга тощо). Він містить у своєму змісті поняття новизни.</p> <p>3. <i>maximum limit</i> Limit – це максимальна кількість чогось. Maximum означає найбільшу кількість із дозволених чи можливих.</p>	<p>1. <i>memorable souvenir;</i> Сувенір – річ, яка зберігається як нагадування про людину, місце чи подію. Немає потреби вживати слово “<i>memorable</i>” адже це вже сувенірна функція.</p> <p>2. <i>The importance of education is unquestionable for each and every child.</i> У цьому випадку кожен має невелику різницю в значенні, але все ж є синонімами і викликає появу плеоназму.</p> <p>3. <i>They were angry due to the fact that their flight was canceled.</i> Due to the fact перевантажує просте речення. Сполучник “<i>because</i>” у цьому випадку виглядає доречніше.</p>

**Тавтологія** – це твердження, яке дублює значення, це використання кількох слів, щоб двічі висловити думку. У той же час це літературний прийом

для підкреслення інформації і може розглядатися як літературний підхід, для підкреслення емоційності.

**Плеоназм** – словесне надмірне вживання під час опису та демонструє надмірну кількість слів в одному вислові, більшу, ніж потрібно для пояснення сенсу. В обох випадках ця багатослівність порушує розуміння та структуру формулювання [3, с. 41].

**Реїфікація** – це трактування абстрактної концепції чогось реального та матеріального об'єкта. Класичним уявленням про реїфікацію є *“life is fair”*. Людину чи систему правил чи законів можна вважати справедливими чи несправедливими, але справедливість насправді не є властивістю життя. Очевидно, можна зрозуміти переносне значення висловлювання *“life is fair”* спираючись на власний досвід і логіку.

Мабуть, реїфікація не у всіх випадках є помилкою, іноді вона підкреслює експресивність у мові та літературі. Щоб визначити правильність твердження, необхідно правильно перекласти його іншою мовою. Якщо переклад неможливий – це є доказом того, що первинне твердження було неправильно викладенню [31, с. 72].

### **Нечіткість**

Термін є нечітким, якщо він має розмиті межі значення. Це груба помилка в інструкціях, рекомендаціях та інших технічних текстах, де терміни повинні бути максимально точними та інформаційно насиченими.

### **Двозначність**

Коли конкретна лексична одиниця має більше одного значення, це призводить до неточності значення. Наприклад: *They saw a tree.*

Тлумачення можуть бути такими:

- 1) The verb “to see” in Past Simple (see – saw – seen) – to perceive.
- 2) The verb “to saw” in Present Simple – to cut using a saw.

### **Види двозначності:**

1. Лексична багатозначність

**Лексична багатозначність** – це множинні пояснення усної чи письмової мови, і, як правило, важко з'ясувати сенс висловлювання без додаткових даних, вивчає зв'язки (а точніше їх відмінності) між словами та частинами речень.

#### 1. Синтаксична багатозначність

В основі **синтаксичної багатозначності** лежить порушення структури речення, що зумовлює різне тлумачення речення. **Мовний дефіцит** – це втрата слів у реченні, що спотворює його інформативну мету. Найчастіше ці помилки зустрічаються в усному мовленні, коли в реченні пропускається слово і, як наслідок, деформується весь вислів.

#### **Вживання слів у неатрибутивному значенні**

Така помилка з'являється через неправильний підбір слів, що виникає при доборі синонімів, антонімів, омонімів, омонімів або запозичених слів.

#### **Недоречне використання слів**

**Історизми** – це слова, що входять до пасивного словникового складу мови, звідки вони походять, коли необхідно назвати якісь явища, що існували в історичному минулому і відсутні в сучасному житті. Виникнення історизмів зумовлене розвитком суспільства, виникнення нових і зникнення старих предметів, речей, явищ тощо, що особливо інтенсивно відбувається під час важливих історичних подій і великих соціальних змін. **Архаїзм** – це слово, яке відноситься до певного століття історії або періоду часу, зберігаючи цінності та автентичність тієї епохи. На відміну від історизмів, – це назви предметів і явищ, які існують і сьогодні. Архаїзми – застарілі, маловживані синоніми загальноживаних слів.

Проте в окремих видах ділових паперів збереглися застарілі слова. Так, у мові законодавчих документів можна зустріти слова, які в загальнонародній мові вважаються застарілими, але в ділових документах такого типу мають суворо визначене юридичне значення. Їх не використовують для надання тексту більшої виразності, урочистості.

**Неологізм** – це відносно новий або новий термін, який не був повністю прийнятий загальною мовою. Наприклад, недоречно порівнювати козаків

(переважно східнослов'янських воїнів, що мешкали в степах України в XVII столітті) зі спортсменами.

Лексична помилка призводить до надмірного акцентування однієї і тієї ж інформації або спотворення її змісту. Поширеною причиною лексичних помилок є неправильне відмінювання. Слід враховувати, що не всі слова можна поєднувати між собою. Лексична сполучність визначається й обмежується значенням слів, їх стилістичною відповідністю, емоційним забарвленням, граматичними характеристиками. З точки зору норм лексичної сполучуваності помилковими плеоназми є поєднання слів, де одне слово є зайвим, що не має додаткового семантичного призначення. Обидва слова або зовсім не відрізняються за значенням (це абсолютні синоніми), або різниця між ними незначна. Поява плеоназмів пов'язана з тим, що словам надається різне значення. Пояснюється це неточним знанням значень слів.

Отже, вивчення лексикології вивчає класифікацію та сегментацію термінів відповідно до їх походження, еволюції та сучасного існування. Слід зазначити, що лексикологія поділяється на загальну лексикологію та спеціальну лексикологію (Рис. 1.2).

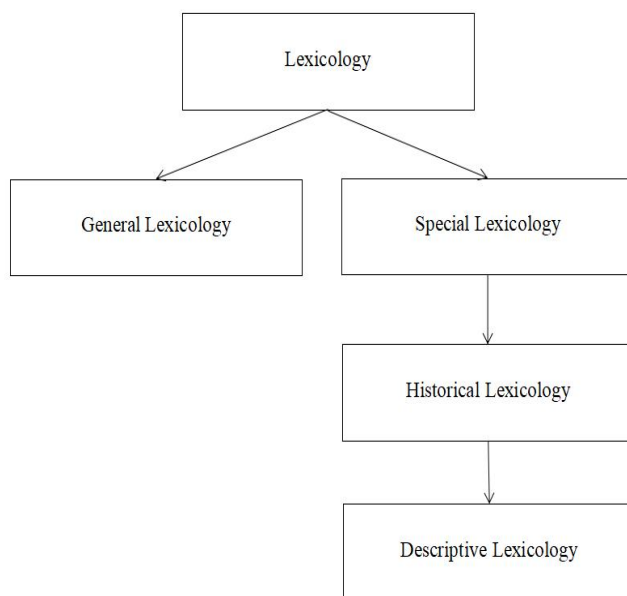


Рис. 1.2 Напрямки лексикології

Загальна лексикологія вивчає загальні знання про словниковий склад мови та всі мовні особливості, які належать усім мовам. Спеціальна

лексикологія визначає характерні ознаки словникового складу певної мови. Спеціальна лексикологія може бути історичною та описовою.

**Історична лексикологія вивчає:**

- 1) походження слів;
- 2) еволюція слів;
- 3) причини зміни значення та словоформи.

Описова лексикологія працює з:

- 1) лексика окремої мови певного періоду;
- 2) функції термінів;

**1. 3. Визначення неологізму та його різновиди**

Зміни в культурі та науці часто призводять до утворення неологізмів. Необхідність давати назви новим речам і способам мислення, зокрема в технологічному та науковому плані. Ще однією причиною появи неологізмів є необхідність заміни існуючої назви більш точною. Через складність і динамічну природу неологізму, а також через наявність широкого діапазону вимог до оцінки та класифікації неологізмів, ми не можемо надати єдине його визначення. Залежно від цілей і напрямків дослідження стандарти неологізму бувають різними.

Тема неологізмів дуже суперечлива серед лінгвістів, тому вони діляться на два гарнізони. З одного боку, науковці вважають, що неологізми як явище мови розвивають та покращують лексику. У той час як інша частина дослідників, з іншого боку, сприймають подібне утворення нових слів як деградація та рушійна сила літературної мови. Суперечка, що виникає перед вченими являє собою стик інтересів та підходів до вивчення мови, так зване, прескриптивне та дескриптивне мовознавство.

**Прескриптивне мовознавство** – традиціоналістський підхід до вивчення мови схильний до ідеалізму у правилах. Науковці-прибічники концепцій прескриптивізму заперечують усі інші вияви мови та усі нові інструменти, окрім тих, що прописані для літературної та стандартної мови.



**Дескриптивне мовознавство** – це вивчення мови з точки зору усіх її проявів та відхилень від норми, а саме тих, якими носії мови найбільше користуються у масах, незважаючи на правильність синтаксису, граматики або правопису.

Ален Рей, французький вчений в області лексикографії і термінології, характеризує неологізми як: «...лексичні одиниці належать до мови взагалі, або лише до одного з її спеціальних випадків уживання» (тут і там переклад наш). Так як ця область лінгвістики, ще досі не дуже досліджена, прослідковуються багато розбіжностей в поглядах лінгвістів, тому неологія, ще не закріпилася у науці окремий напрямок лексикології.

Причини для утворення нових термінів: у науці з'являється новий феномен або винахід, який потрібно назвати; при перекладі може виникнути необхідність вибрати еквівалент для терміна, який досі був названий лише іншою мовою; для знаходження найбільш відповідних термів, адаптуючи запозичене слово або пропонуючи нову назву. Вони надають необхідні інструменти для таких заходів, як оновлення словників, зв'язування термінології, визначення нових галузей, управління інформацією та знаннями, поширення наукових знань та/або проведення соціологічного аналізу серед дослідницької спільноти та виробничих секторів [23, с. 2].

Тобто, неологізми слугують для оновлення словників, зв'язування термінології, визначення нових термінів у різних секторах і галузях, для забезпечення новітньою інформацією спеціалістів та виникли безпосередньо під час акту мовлення або на письмі. Онлайн-словник Merriam-Webster визначає неологізм як використання нового слова чи виразів новому чи іншому значенні, які не санкційовані звичайним стандартним використанням та введення таких виразів у мову.

Варто зауважити, що всі неологізми вважаються відносними у часі та історії, тому що існує певна динаміка у функціонуванні слів у мові. Тобто, мають властивості змінюватися, набувати нових значень або ж і зовсім виходити із вжитку. Для розмежування тематичних груп і лексико-семантичного поля в

неологічному шарі словникового складу мови використовується вимога мовного простору, яка розглядається як сфера вживання.

**Неологія (неологіка)** – розділ мовознавства, головною метою якого є дослідження новоутворених слів, сфери їх вживання та причини появи, методи компонування та їх семантику.

Наприкінці вісімнадцятого століття французький мовознавець Луї-Себастьян Мерсьє ввів термін «неологія» вперше та став використовувати його в мовознавстві. Через відсутність чіткої термінологічної бази становлення неології як окремої науки відбувається і зараз формується [12, с. 71].

Олександр Стишов гадає, що у тому вигляді, якому неологія є зараз, можна дати наступні три трактування:

- 1) розділ мовознавства, що вивчає різновидів неологізмів та їх призначення;
- 2) процес утворення нових слів;
- 3) повна колекція неологізмів, які використовувалися на певному етапі еволюції конкретної мови [19, с. 16].

Згідно з уявленнями німецького теоретика лінгвістики та філософа Вільяма фон Гумбольдта: «У жодному разі не можна розглядати словниковий запас мови як готову, застиглу масу. Не кажучи вже про постійний процес утворення нових слів і словоформ, словниковий запас, до поки мова живе в мовленні народу, є продуктом словотвірної потенції, який розвивається і знову відтворюється».

Сьогодні неологія знаходиться в центрі нових галузей досліджень. Автоматична обробка природних мов і управління знаннями мають використовувати неологію як ключові слова в інтелектуальному аналізі даних; у документації необхідно використовувати нові терміни, щоб правильно класифікувати нову інформацію; судова лінгвістика використовує неологізми для визначення термінів, пов'язаних із кіберзлочинністю. У цій панорамі в останні роки поширилося створення неологічних обсерваторій і дослідницьких груп [31, с. 3].

З часом неологізми можуть зникати з різних причин, серед яких ми відзначимо:

- 1) поняття вийшло з ужитку;
- 2) він був модифікований;
- 3) воно могло з часом набути негативного відтінку.

Якщо не існує терміна, щоб описати нову ідею, або якщо запозичене слово присутнє й постійно використовується лише в спеціальній галузі, перекладачі повинні вибрати, змінити або винайти новий термін, використовуючи формальні чи семантичні ресурси, запропоновані їхньою мовною системою.

Із приведеної нижче таблиці ми бачимо, що загальномовні неологізми у свою чергу можна поділити на лексичні та семантичні (Рис. 1.3).

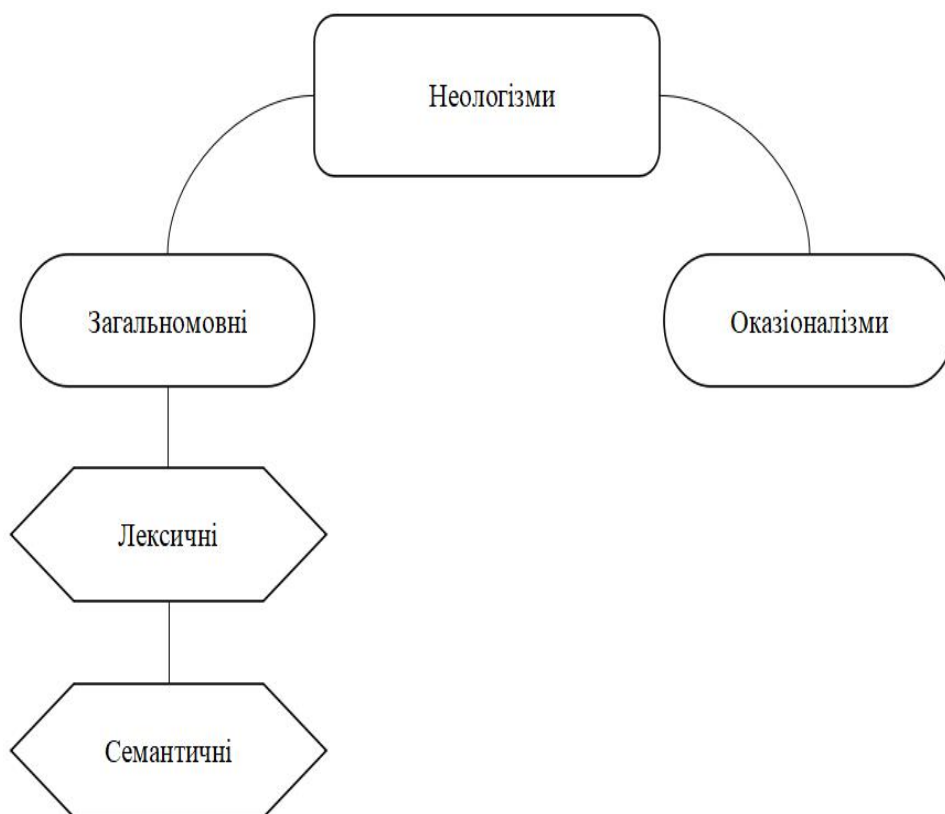


Рис. 1.3 Типи неологізмів

**Лексичні неологізми** – нові терміни, для позначення нових понять, вони створенні на основі правил композиції тієї чи іншою мови або запозичені. Вони утворюються шляхом нової комбінації морфем, які досі не використовувалися і

таких поєднаннях [5, с. 38]. **Запозичені неологізми** – це терміни, взяті з інших мов, що зберігають своє іноземне значення та написання. Незважаючи на той факт, що вони зафіксовані і словниках оригінальної мови для іншої мови вони постають неологізмами.

Що ж стосовно семантичних неологізмів, то це нові терміни, які утворюються шляхом набування нових значення вже наявними у мові термінами. Це призводить до того, що з початку термін вживався у вузькому сенсі, а набувши нових семантичних значень, він став поширенішим та застосовуватися у мові дедалі більше.

Експресивно-комунікативні ресурси мов поновлюються та розширюються завдяки семантичним неологізмам. Семантичні неологізми стають асистентами для посилення та підкреслювання важливості певних понять. Вони мають здатність змінювати значення слів через варіації в орфографії або фонетиці.

Як наслідок, наприклад, автоматичним словникам складно розпізнати слово та виконати адекватний переклад. Однак комп'ютеризовані методи збору даних і перевірки частотних шаблонів безпосередньо посилюють об'єктивність словникових компіляцій. Окрім цього, вимоги до включення нових термінів можуть залежно від словника.

**На нашу думку неологізми проходять три стадії становлення:**

### **1. Зародження терміну.**

На першому етапі вигадані нові терміни спочатку використовуються невеликою групою людей.

### **2. Тестування.**

Після появи терміну у суспільстві слово має період адаптації та розповсюдження, доки не буде трансформований у мову повністю.

### **3. Вхідження в мовний корпус.**

Кінцевим результатом, тобто третім етапом є входження терміна у загальний вжиток, задокументовування у словниках та глосаріях. Проблеми, які постають перед лінгвістами в роботі з неологізмами переважно стосуються виявлення автора терміна, походження, період формування, його перше

сміслові значення, початок поширення лексичного елемента у масах. Завдяки прогресу в сфері комп'ютерних технологій і величезній кількості людських мов, що документуються та зберігаються, дослідження неологізмів можуть мати перспективи цільного аналізу. [25, с. 41]. Багато відомих та класичних словників, такі як *Oxford Dictionary*, *Cambridge Dictionary*, *Merriam-Webster Dictionary*, *Collin's Dictionary*. Доступні в Інтернеті словники в онлайн-режимі, що дає змогу оновлювати базу даних, тобто додавати нові терміни у словник.

Існують навіть словники, де кожен охочий може вписати своє значення певного слова та надати власний приклад як у *Urban Dictionary*. Такі цифрові майданчики, ідеальні платформи для філологів при пошуку лексичних одиниць для опрацювання. У них можна знайти як і звичайні слова стандартної мови, так і сленг або жаргон.

Також, на письмі цей тип неологізмів може включати навмисні помилки, мати багато моделей написання, а також відсутній друкарський наголос, що призводить до видання невдалих з точки зору лексикології текстів.

Стосовно частин мови, якими бувають неологізми найчастіше зустрічаються як прикметники, іменники, дієслова. Ключовими мовними засобами для породження семантичних неологізмів слугують омонімія, метонімія та синекдоха, метафора.

#### **1. 4. Оказіоналізми**

Використання оказіоналізмів має вирішальне значення для мови. Вони створюються насамперед з метою художньо-стилістичної номінації для використання в певних обставинах.

Оказіоналізми нечасто можуть інтегруватися у мову загального вжитку. Їх унікальність визначається акцентуванням та експресивністю, тому такі терміни актуальні тільки в окремих випадках, наприклад, у художній літературі. Більш детальний опис оказіоналізмів як феномену неології, літератури та лінгвістики у цілому, ми надамо у наступному підрозділі.

Проілюструємо вживання okazіоналізмів на прикладі творчості українського та англійського авторів. Ми вирішили обрати Максима Рильського та Вільяма Шекспіра, які створювали багато виняткових слів та словосполучень у прозі та поезії.

По перше, ми почнемо з Максима Рильського, відомого поета, що славиться своїми винахідливими та незвичайними епітетами, які безпосередньо стали безцінним внеском у розвитку мови. У своїй творчості Максим Рильський знаходив натхнення у висвітлюванні таких тем як Батьківщина та дух нації. Варто зауважити, за словами Максима Рильського люди повинні дбати про збагачення лексики, не тільки шляхом вивчення із словнику, а орієнтуючись на народ.

Продемонструємо деякі авторські неологізми Максима Рильського:

1. людоненависний;
2. бурно-плинний;
3. вікославний;
4. радісно-печальний.

З попередньо викладених прикладів ми з'ясуємо, що автор майстерно використовує «інструмент асоціації» для утворення нових лексичних одиниць. Автор запевняє, що письменникам варто не просто описувати реалії життя у своїх творах, а також вивчати мову народу, тоді користь від їх писемної творчості була б взаємовигідною [18, с. 77].

Рильський вважає: «...вичерпаний повний словник будь-якої мови – це взірєць, до якого можна лише прагнути і якого ніколи не можна досягти, бо кожного дня так кожну годину з'являються нові слова, а потім додаються ще й нові визначення до цих слів».

Іншим відомим митцем письма, для якого okazіоналізми стали невід'ємним засобом для створення емоцій співчуття у читачів до героїв його п'єс стає знаменитий драматург Вільям Шекспір. У цьому випадку, неологізми, а саме Shakespeare's coinages, утворені на основі негативних слів, які

ототожнюють печаль, трагедію, самотність, нещастя. Відтак, оказіоналізми можуть відзеркалювати та підкреслювати душевний стан персонажів, їх внутрішні переживання та світогляд. та закладену Шекспіром ідею у п'єсі.

Шекспір сміливо грався зі словотворенням, об'єднуючи кілька лексем і вигадуючи префікси та суфікси. Також, принципами Шекспіра було писати тексти застосовуючи такі слова, щоб його п'єси були зрозумілі кожному. Драматург користувався лексиконом людей із різних прошарків суспільства, та на базі них вигадував нові, формувалися фразеологізми, а згодом ці новоутворення потрапляли до загальноновживаних англійських слів, які існують і досі. Натхнення на створення оказіоналізмів Шекспір знаходив послуговуючись до розмов сторонніх людей. Тим самим народжувалися нові відтінки змісту або зовсім протилежні значення. Наведемо декілька прикладів лексичних виразів складені Вільямом Шекспіром:

1. gossips – плітки;
2. embrace – обійми;
3. fashionable – модний, сучасний;
4. sanctimonious – лицемірний
5. lonely – самотній;
6. eyeball – очне яблуко;
7. birthplace – місце народження;
8. moonbeam – місячний промінь.

Торкаючись цієї теми, варто також згадати і фразеологічні неологізми, які укорінилися в англійській мові після публікації п'єс Шекспіра. Онлайн-платформа BBC Learning English реалізувала цілий проект для вивчення шекспіровських ідіом. Практична спрямованість цієї ідеї полягає у перегляді анімаційних мультфільмів до п'яти хвилин в яких пояснюється походження ідіом та в яких ситуаціях їх застосовувати. Після огляду відеороликів з'являється доступ до тесту для самооцінювання. Проілюструємо частину ідіом із списку обраних для відео відділом BBC з викладання англійської мови:

1. in a pickle – опинитися в скрутному становищі;

2. as dead as a doornail – бути явно і очевидно мертвим;
3. to send someone packing – просити когось негайно піти;
4. atrange bedfellows – незвичайне поєднання;
5. wild-goose chase – складне, тривале та безрезультатне переслідування чи пошук;
6. what's done is done – не можна змінити того, що вже сталося;
7. to be Greek – бути незрозумілим;
8. wear one's heart on one's sleeve – демонструвати свої емоції дуже відкрито;
9. a fool's paradise – бути щасливим, тому що ти не знаєш або не хочеш прийняти, наскільки погана ситуація насправді;
10. forever and a day – тривалий час, довго;
11. the green-eyed monster – ревливий, заздрісний.

Перш ніж продовжити пояснювати оказіоналізми, розглянемо та надамо визначення неологічних фразеологізмів або неофразеологізмів. Відтак, **неофразеологізми** – це нові стійкі дієслівні експресивні звороти, які у своїй більшості не згадуються в словниках.

Водночас вони функціують у нових соціальних контекстах, або породжені трансформацією раніше вживаних паронімів, крилатих фраз і сполучень, запозичених з іноземних мов. Одним із факторів, що сприяють їх становлення як лексичних словосполучень, є їх розвиток шляхом семантичних змін на базі інших фразеологізмів. Одним із прикладів таких семантичних зсувів є детермінологізація як процес адаптації словосполучень у мові, розширення їх семантичного значення.

#### **Ознаки фразеологічних неологізмів:**

1. стилістична забарвленість;
2. мовна експресія;
3. надання негативного;
4. надання позитивного відтінку явищу;
5. переносне значення;



Якщо лексичні неологізми здебільшого виникають у термінологічних системах, то фразеологічні неологізми часто стосуються усталених об'єктів та феноменів. Зазвичай так неологізми мають певну ступінь авторства.

Отже, повертаючись до теми авторських неологізмів, можна підбити висновок, що okazіоналізми це експресивно забарвлене слово, у новому світлі описує предмети та явища реального світу. Зрозуміло, що в них також допускається девіація від правил будування слів або загальних правил, а також вони мають значення та існують лише в певному текстовому середовищі. Тому можна зробити висновок, що okazіоналізми мають власні характеристики.

#### **Здебільшого, okazіоналізмам притаманні такі риси:**

1. залежність від контексту;
2. нерегулярне вживання;
3. ненормативність;
4. новизна;
5. унікальність;
6. емоційна виразність;
7. авторська ідея;
8. основоскладання;
9. заум;
10. лексико-семантичний словотвір;
11. складність перекладу;

**Заум або зарозуміла мова** – стиль словотвору у якому слова не мають об'єктивних значень та знаходяться за межами логічного розуміння. Він складається з неологізмів, які не мають значення використовуючи фонетичну аналогію та ритм [55].

Незалежно від того чи первинно слово було рідним, чи запозиченим заум адаптується до норм структури та фонетики мови реципієнта. Використовуючи унікальні словосполучення і звукові комплекси на базі рідної мови, автор може надавати їм різні тлумачення, а читач може сприймати, де з іншого боку виникає складність кодифікації таких слів у іноземну мову.

Варто зазначити, що при вивченні okazіоналізмів застосовуються методи аналізу як синхронії так і діахронії. Пояснюється це тим, що okazіоналізми за своєю природою створенні для вживання в поодиноких випадках та ситуаціях [10, с. 86]. Протягом останніх років okazіоналізми активно досліджувалися вченими, щоб отримати шаблони для структуризації, незважаючи на це, okazіоналізми ще не дослідженні до належного рівня. Лінгвістична дилема, пов'язана з тим, що нові тексти відрізняються особливою складністю, тому питання неологізмів залишається відкритим в лінгвістичному середовищі. Загальномовні неологізми допомагають йти у ногу з розвитком науки та технологій і робити нові винаходи популярними у суспільстві: *Brexit, Covid-19, freelance, time management and etc.* Хоча число авторських неологізмів не є великим, вони привертають інтерес багатьох дослідників. Їх користь також полягає у тому, що можна знайти інші лексичних значення слова при їх детальному розборі. Неологізм частіше використовується в мові оригіналу, коли він пов'язаний із добре відомим брендом, продуктом чи товаром.

Отже, за вищевикладеної інформації можна виявити причини появи неологізмів та розбити на наступні пункти:

1. номінація нових винаходів та понять;

*Apple watch, crossfit, hype, browser, team building, all inclusive, body shaming.*

2. утворення нового слова для виділення певного виду із усієї іншої категорії.

*Airplane – lowcost, gadget – smartphone.*

3. набуття словами нових значень

*Cover – кришка, чохол.*

На сьогоднішній момент “cover” отримало інше значення у напрямку музики та означає нове виконання або запис раніше записаної пісні іншого автора. Переспіваний або перезаписаний варіант композиції близький до оригіналу але можуть бути додані власні елементи.

- 4) авторські неологізми для надання особливої характеристики (*яблуневоцвітно, бджолиність, знедуховніти*).
- 5) опис новітніх реалій світу
- 6) вираження бачення світу

Проілюструємо на прикладі назви вірша Ліни Костенко «У присмеркові доброї дібровості». Неологізм «*дібровість*» ілюструє специфіку сприймання поетесою навколишнього світу, а також за допомогою її інших унікальних авторських неологізмів для опису предметів буття. Серед соціальних та психологічних мотивів виникнення неологізмів можна додати:

1. політичні зміни;
2. розвиток технологій;
3. нове громадське мислення та цінності;
4. зображення мови та культури суспільства
5. вплив соціальних мереж;
6. жага до самовираження (сленг);
7. маніпулювання суспільством;

Питання направлення та маніпулюванням людей на окремі дії спричиняється тим, що ЗМІ та політики надають особливе значення мовленим тактикам. Це пов'язано з закладанням певних ідей у соціумі та для політичної комунікації з суспільством. З цієї перспективи використання неологізмів для цілей впливу на поведінку людей стає дискурсом серед лінгвістів.

Варто зазначити, що неологізми є історичною складовою, тобто вони будуть розглядатися як нові слова, доки поняття, які вони ідентифікують, не стануть звичайними для людей. З огляду на це, на освоєння нових слів у корпусі мови впливає багато факторів. У своєму дослідженні [8, с. 20] виділяє чинники, які впливають на входження неологізмів до загального вжитку у суспільстві:

1. новоутворенні слова для опису нових феноменів сучасного світу засвоюються у мові реципієнта одночасно з виникненням нових реалій;

2. входження неологізму до складу залежить від частоти використання у побуті;
3. полісемічні властивості;
4. прийняття нового явища та відповідно неологізму індивідом на психологічному рівні;
5. джерело появи неологізму (запозичені / на основі слів рідної мови);

Зазвичай терміни важливих для людства нових явищ чи предметів зливаються швидко із загальноживаною мовою та функціують одразу у мовному середовищі. Поступові входження можуть укорінюватися в мову роками, як правило, у ролі синонімів до слів. Існують також і несподівані входження, тут розуміються okazіоналізми, деякі з яких внаслідок їх тривалого користування суспільством набувають нормативності [8, с. 20].

### **1. 5. Модні слова як результат становлення та популярності неологізмів у суспільстві**

**Модне слово** (англ. buzzword) позначає: а) слово чи вираз, особливо пов'язана з певною темою, яка стала модною та популярною та часто використовується в газетах тощо [46]; б) слово або вираз, що стає дуже популярним протягом певного періоду часу. Модні слова часто пов'язані з певним бізнесом або сферою навчання [39].

Зважаючи на викладені вище визначення, ми можемо дати одне загальне пояснення цьому поняттю. Відтак термін модне слово позначає мовні популярні тенденції та популярність певних слів вже існуючих або нологізмів у певний період у суспільстві та у різних нішах (бізнес, ІТ, мода, медицина, соціальні мережі). Саме тому наше ми вважаємо за потрібне пояснити цей феномен, так як він є одним із ключових процесів у становленні неологізмів, входження їх у лексичний склад та їх публічне розповсюдження.

**Здебільшого модні слова за своєю природою несуть такі значення:**

- 1) технічне значення;

- 2) описання явищ побутового життя;
- 3) жаргон;
- 4) новітні технології.

Певною мірою популярні слова містять технічний характер, але досить рідко ототожнюють головне лексичний значення терміна тільки деякі, але в той самий час набувають нового забарвлення опираючись на сенс слова. Така методика допомагає підкреслити найважливішу інформацію, надаючи “позитивну репутацію” словам та для переосмислення нових понять на базі застарілих концепцій. З огляду на те, що основним джерелом, де виникають модні слова стає Інтернет, ми відслідковуємо деяку закономірність у значеннях, а саме їх схильність до сленгу та жаргону.

Зауважимо, що **модне слово** – це не тільки популярність певних слів у лексиконі мови, а також це важлива техніка, яка дуже цінується серед підприємців та у різноманітних сферах бізнесу для поліпшення робочого процесу. Зокрема, модне слово може викликати інтерес до певного роду занять, пояснювати новітні технології та входити у жаргон у різних сферах. Особливої уваги заслуговують різного роду скорочення (акроніми, аббревіатури), які полегшують спілкування серед окремих спеціалістів. Трапляється так, що популярне слово может втратити свою технічну автентичність у професійному колі та стати загально вживаним, що є, безумовно, гарною рисою, так як більше людей може мати розуміння про нові розробку у різних галузях науки.

Як доказ важливості модних слів можна представити розробку інтерактивної гри від Forbes, відомої глобальної медіа-компанії, що користується великою славою та іміджем у багатьох частинах планети. Forbes зосереджує свою увагу на новинах бізнесу, інвестиції, рейтингу найвпливовіших та найбагатших людей, нерухомості, інноваціях, підприємстві, лідерстві та способі життя. Вони спеціалізуються на публікуванні різних світових новинок, тенденцій, а також проводять багато досліджень, опитувань та роблять статистики.

Аудієнція Forbes охоплює неймовірну кількість читачів у всьому світі. Так, наприклад, за їх даними щомісяця вони охоплюють понад 150 мільйонів людей на всіх платформах – онлайн, у соціальних мережах, через живі та віртуальні події, через відео та друковані видання [54]. Одним із цікавих проєктів цього видання стала щорічна гра під назвою “Jargon Madness”, у якій розглядають тридцять два «найпопулярніших виразів корпоративної Америки», та шляхом турнірної гри в стилі баскетболу визначають саме модне слово року [43].

Слова, які стають «учасниками» конкурсу – найбільш популярні слова у Кремнієвій долині (регіон у Північній Каліфорнії, який є глобальним центром високих технологій та інновацій) та у великих впливових корпораціях. У цьому середовищі, де працюють найавторитетніші науковці та світові інфлюенсери, народжується велика кількість неологізмів, які згодом поширюються по всьому світу та проникають у менші компанії. Звідси висновок, що неологізми, утворюються на базі надання назв новим технологіям та винаходами, а потім залежно від впливовості джерела, з якого вони походять, відповідно неологізми стають модними словами.

Ще одним відомим місцем походження популярні слова можна вважати TED Talk Platform, що випускають впливові відео від експертів-доповідачів про освіту, бізнес, науку, технології та творчість із субтитрами понад 100 мовами світу. Окрім цього вони організують різного роду презентації, зустрічі та заходи.

Доцільно також відмітити той факт, що багато лінгвістів та філологів проводять цікаві дослідження та презентації на TED Talks. Одним із таких відео, що привернуло нашу увагу стало цікаве розмірковування Amanda Aiello на тему “The Case Against Buzz Words”, що, безпосередньо, пов’язана із задумом нашого дослідження [50].

У своїй доповіді вона заперечує користь модних слів та має протилежну думку на рахунок їх прогресивної характеристики. На її думку використання популярних слів та іншого сленгу заважає освітньому процесу, як і брати

участь у змістовних дискусіях. Свої переконання вона аргументує тим, що кандидати на роботу, які приходять на співбесіду використовують велику кількість вивчених модних слів, щоб здатися професіоналами, хоча насправді не мають жодних уявлень про ту чи іншу спеціальність.

На її погляд, такі слова не мають конкретизації та уособлюють неясні визначення, що викликає хибні уявлення про досвід та освіченість людини. Адже, насправді у сучасних обставинах, комісія або експерт рідко можуть запитати про те, що індивід насправді має на увазі під певними термінами та характеристиками.

Так само, як і важливо з'ясувати сенс завуальованих фраз та уточнити минулий досвід та навички. Іншими словами модні слова приносять цінність, коли їх використовують у практичний спосіб, а не з метою здаватися більш впевненим. Для прикладу вона демонструє тридцять два найбільш розповсюджуваних виразів та неологізмів із резюме кандидатів і на співбесідах у компаніях, які не несуть конкретних характеристик (Таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Приклади порушення змісту у модних словах знайдених Амандою Айло

1) Collage&Carrier ready	17) Authentic Assessments
2) Student Accountability	18) Fidelity of Implementation
3) Professional Learning Communities	19) 21 <sup>st</sup> Century Skills
4) Life Long Learners	20) Best Practices
5) Critical Thinking	21) Rigor
6) Mindset	22) Building Capacity
7) Project Based Learning	23) Discovery Learning
8) Whole Child	24) Student Engagement
9) Authentic Learning	25) Higher Order Thinking
10) Explicit Instructions	26) Assessment to Inform Instruction
11) Balanced Literacy	27) Brain Breaks

12) Standards Aligned	28) Differentiated Instruction
13) Data driven Instruction	29) Digital Citizenship
14) Flexible Grouping	30) Personalized Learning
15) Grit	31) Student Agency
16) Multiple Measures	32) Cooperative Learning

Узагальнюючи сказане та аналізуючи слова із таблиці, ми розуміємо, що велику роль у існуванні модних слів відіграє риторика. Вони можуть виконувати різні функції і вносити як позитивний так і негативний внесок у розвиток мови. З одного боку, лексичний запас збільшується, з'являються більше визначень сучасним технологіям, але і водночас вони погіршують точність визначення та вводять у оман.

Такі терміни створюють ефект красномовства, експресивності та мають характеристику переконливості, незважаючи на правильність чи невірність твердження. Водночас вивчення особливостей та характеристик надавати логічні спостереження щодо ключових властивостей таких термінів, які можна використовувати у майбутньому для корисних намірів.

## 1.6. Сленг

**Сленг** – це неформальна мова, яку можна розглядати як модну мову, яка використовується для вираження стилю групи чи спільноти. Сленгові терміни легко проникають і домінують у лексиконі молодих людей. Деякі сленгові терміни рідко оновлюються, а інші оновлюються вже давно. До появи телебачення сленгові слова входили в мову повільно і переважно у живій розмові референтів. Отже, сленг характеризується своєю динамічністю та плінністю, яка постійно розширюється та розвивається, а також пристосовується до будь-яких змін у державному та культурному укладі життя. Варіативність є визначальною рисою сленгової мови, яка найкраще проявляється через семантичну надмірність.



**Діапазон умов** – ще один важливий аспект, який слід враховувати під час обговорення сленгу, щоб виявити у яких контекстах доцільно експлуатувати данні способи мовлення. Проте носії мови зазвичай розуміють різницю між стандартною формою рідної мови та фамільярною, і можуть невимушено спілкуватися та утримуватися від використання сленгу в офіційних ситуаціях, таких як конференції та наради.

Гіпотеза дослідження припускає, що сленг відражає різноманіття населення, об'єднуючи багато культурних джерел і роблячи мову космополітичною. Утім, зі іншого погляду мова може втрачати свою автентичність та унікальність. Однак, серед позитивних аспектів сленгу можна виділити можливість надати словам емоційності, люди демонструють свою індивідуальність, а сама мова розширює кількість слів. Щодо негативних якостей, можна зазначити, що сленг іноді може бути образливим, дискримінуючим, не всі групи людей можуть його розуміти. До інших мінусів також можна внести, що його важко зрозуміти іноземцям, сленг не є доречним у всіх обставинах та люди мають тенденцію упереджено ставитися до тих, хто його використовує.

## **1.7. Запозичення**

Неологізми доводять, що мова плинна, динамічна і нестабільна. Це визначається нашою неповноцінністю та менталітетом, соціальною поведінкою та культурними формами. Безперечно, неологізми ілюструють здатність мови розширюватися та адаптуватися у відповідь на період, навколишнє середовище та розквіт науки.

У міру розвитку об'єктів сленг стає респектабельнішим, тому що для заповнення мовних прогалів необхідно створювати нові слова. Переклад повинен враховувати лінгвістичні та прагматичні чинники, щоб створити еквівалент. Компетентність перекладача, професійна підготовка та здатність до передбачення є важливими характеристиками для дослідження неологізмів.

Проблема перекладу українською та англійською мовами представлена різницею реалій та світогляду людей.

Термінологічна неоднозначність може стати причиною несправедливого судження про процеси та прояви мовної міграції. Це пояснює різноманіття специфічних запозичень у лексикологічній дискусії. Oxford Learner's Dictionary дає визначення запозичення або запозиченого слова як «слово, фраза або ідея, яку хтось узяв із роботи іншої людини або з іншої мови та використав у своїй власній».

Складність полягає в тому, що кількість запозичень настільки велика, що структурувати їх стає важко. Сленг психологічно розглядається як продукт індивідуальної уяви членів певних соціальних і професійних груп.

Модні слова ЗМІ допомагають визначити, наскільки прогресивним є суспільство в певний період. Однією з динамічних тенденцій сучасної української мови є залучення англійських запозичень. Найбільш помітною демонстрацією є сленг.

Українська мова зазнає стрімкої еволюції, старі слова зникають і на їх місце приходять нові. Його феномен можна пояснити низкою факторів, зокрема широким використанням інтернет-технологій, регулярним віртуальним спілкуванням.

Слід зазначити, що англійська та американська культури сьогодні мають значний вплив на українську мову, як і на інші мови світу, а також на соціальну поведінку. Широке поширення комп'ютерних технологій, Інтернету, повсякденного віртуального спілкування та використання соціальних мереж зробили вживання сленгу модним і сприяли «вливанню» в українську лексику нових таксонів.

Скрутне становище спочатку пояснюється появою сучасних технологій, основною мовою яких є англійська. Важливим джерелом формування молодіжного сленгу є запозичена лексика, що пояснюється не лише лінгвістичними, а й екстралінгвістичними факторами. Так, згідно з Гауген, існує п'ять різних типів лексичних запозичень [51] (Таблиця 1.7).

Таблиця 1.7

## Класифікація запозичень слова за Гауген

Класифікація	
Категорія	Пояснення
1. Запозичене слово	слово і значення запозичені
2. Запозичене перекладене слово	дослівний дослівний переклад обох частин запозичення
3. Запозичене тлумачне слово	переклад нечітко передає початковий зміст
4. Запозичене змішане слово	одна частина складеного є запозиченою, інша перекладається
5. Запозичене семантично відтворене слово	запозичено лише значення, а не слово

**Усний спосіб** – безпосереднє спілкування представників різних народів, що відбувається на рівні мовлення. Офіційні папери, листи, мемуари, щоденники, філософські трактати та переклади, промови, художні твори – усе це приклади письмового запозичення.

Варто додати також області в яких реалізуються неологізми (Рис. 1.7).

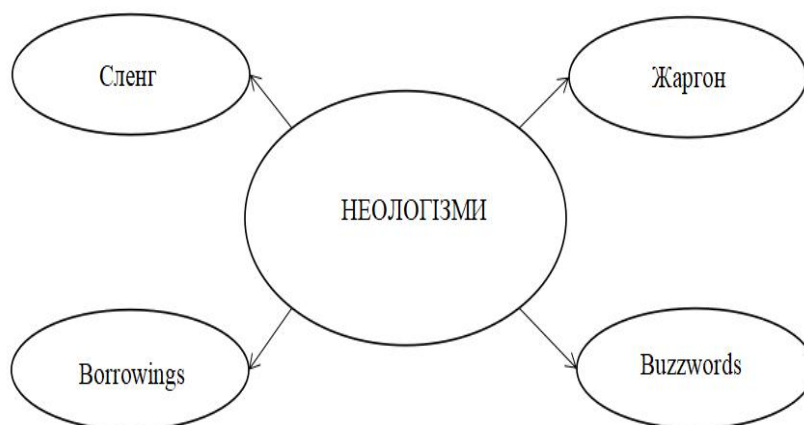


Рис. 1.7 Типи неологізмів за вживанням

Запозичення найчастіше здійснюються одночасно в усній і письмовій формі. Важлива роль у популяризації запозичень (зокрема термінологічного типу) належить науково-технічним виданням. Проте все більше нових запозичень (у тому числі англійського походження) з'являються вперше на сторінках газет і журналів, а також на веб-сторінках.

Аналіз неолгізмів має всесвітню перспективу, оскільки на комунікаційний розрив впливають міжнародні справи, соціальний і фінансовий стан країни та міжкультурне взаєморозуміння. Слід також зазначити, яким чином запозичення входять до системи лексики мови. Загалом існує два способи: усний і письмовий.

## ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 1

**Переклад** – це складна процедура, що містить багато нюансів, тому вимагає від перекладача спеціальних талантів і здібностей. Немає більшої складності, ніж спроба знайти зв'язність між численними лексемами у мові.

Цінність вивчення нової лексики прокладає шлях до розуміння колективної ідентичності. Метод діахронічного дослідження дозволяє виявити чинники впливу на прогрес та розвиток словникового запасу з часом.

При перекладі він повинен передати назву так, щоб не тільки її зміст залишався незмінним, а і культурні особливості певного народу з мови якого вона буде перекладена не були втрачені. У результаті, отриманий переклад, очевидно, повинен бути граматично правильним та повністю зрозумілим для носіїв мови перекладу.

Існує кілька методів визначення стандартів категоризації лексичних одиниць. Залежно від методу класифікації, терміни розбиваються на групи на основі їх концептуального змісту, їхньої логічної категорії, їх винахідника, їх сфери застосування, їхньої функції, частоти їх використання, їх соціального походження та їх нормативності.

У першому розділі ми розглянули основні поняття лексикології та дилеми при перекладі. Було виявлено, що основними проблемними чинниками при переданні сенсу є: використання неіснуючих слів, повторення однакових або однокореневих слів в одному реченні, спотворення, тавтологія і плеоназм, реїфікація або уречевлення, нечіткість, двозначність, мовний дефіцит, вживання слів у неатрибутивному значенні. За нашим переконанням, єдиним кінцевим та універсальним висновком для цих явищ можна назвати важливість у дослідженні їх соціальних, культурних, психологічних, емпіричних, прагматичних, лінгвістичних характеристик. Резюмуючи, мова служить засобом, що допомагає людям визначати себе, щоб взаємодіяти один з одним й виражати свій досвід і культуру.

## **РОЗДІЛ 2. Особливості дослідження та перекладу неологізмів**

### **2. 1. Методи вивчення неологізмів. Синхронічний та діяхронічний методи аналізу Фердинанда де Сюсюра**

Сьогочасні лінгвістичні експерименти досліджують людське мовлення в усіх його формах від сучасних мов до мов первісних людей. Варто зазначити, що в мовному дискурсі немає нерівності між мовами стародавніх цивілізацій, діалектами і теперішніми мовами. Прийнято вважати, усі прояви мовної діяльності рівними і заперечується будь-яку перевага однієї мови над іншою.

Професійний лінгвіст для визначення лексичного забарвлення тієї чи іншої мови у певний період часу досліджує усі форми вираження мови, розглядає письмові тексти, щоб знайти ідіоми, вирази та зрозуміти культуру нащадків.

У нашому науковому дослідженні, ми насамперед будемо керуватися методами аналізу Фердинанда де Сюсюра, засновника лінгвістики двадцятого століття. У своїх працях вчений наголошує, що статичність у мові характеризує синхронну лінгвістику, а розвиток та еволюція розглядається у аспекті діяхронічної. Сам вчений у своїй книзі “Course in General Linguistics” зазначає: «...протилежність між двома точками зору – синхронічною та діяхронічною – є абсолютною і не допускає компромісів» [36, с. 79].

Для ясності ми пояснимо основні відмінні аспекти діяхронічного та синхронічного підходу та аргументуємо, чому варто розглядати неологізми саме у цій парадигмі. Зауважимо, що поняття часу у лінгвістиці викликає багато дискусій серед вчених. Так, умовно, лінгвістику можна порівняти з політикою, а лінгвістів поділити на лівий і правий сектор. Праве крило більш консервативне, радикальне та традиційне, вчені у цьому секторі розглядають зміни у часі як невід’ємний механізм при вивченні мови. Основні принципи діяхронічного методу полягають у тлумаченні мовних модифікацій в

історичному розвитку та контексті еволюції. Цей підхід розглядає лексичну одиницю у всіх її формах та змінах за весь період часу, який вона існувала.

Що ж стосується науковців лівого сектору, вони віддають перевагу вивчати мовні ознаки з точки зору вживання окремої мовної одиниці у певному проміжку історії, не беручи до уваги, який вигляд та значення вона мала до цього моменту.

Діахронічна лінгвістика, навпаки, вивчатиме відносини, які пов'язують послідовні терміни, не сприйняті колективним розумом, але замінюють один одного, не утворюючи системи. До синхронії належить усе, що називається «загальною граматиною», оскільки лише через мовні стани встановлюються різні відносини, які є областю граматики. Вивчення статичної лінгвістики, як правило, набагато складніше, ніж вивчення історичної лінгвістики. Еволюційні факти більш конкретні та вражаючі; їхні спостережувані зв'язки пов'язують послідовні терміни, які легко сприймаються; легко, часто навіть смішно, стежити за низкою змін. На практиці мовний стан – це не точка, а скоріше певний проміжок часу, протягом якого сума змін, що відбулися, є мінімальною. Період може охоплювати десять років, покоління, століття чи навіть більше. Цілком можливо, що мова майже не змінюється протягом тривалого часу, а потім зазнає радикальних змін протягом кількох років. З двох мов, які існують пліч-о-пліч протягом певного періоду, одна може різко розвиватися, а інша практично не розвиватися [28, с. 79].

Застережемо, що існував також ряд вчених традиціоналістів, які заперечують вивчення неправильних слів, таких, що порушували граматичні або морфологічні норми. Вони вважалися негідними, щоб їх досліджувати, тому що вони спотворюють мову, хоча зараз кількість вчених-прихильників консервативних мовних канонів у сучасній лінгвістиці не є домінантною.

Наведемо декілька прикладів, якими Фердинанд де Сюсюр користувався для зіставлення діахронічного та синхронічного методів аналізу. Насамперед, класичною ілюстрацією цих теорій є порівняння мови з грою в шахи. Передусім, уявимо партію у шахи та двох людей, одному з гравців потрібно терміново

відлучитися й на його місце сідає хтось інший. Постає така картина, що новий гравець бачить на дошці вже певне розташування фігур і певні ходи.

Водночас, це не впливає на перемогу або програш, тобто інший гравець немає ні якої переваги над іншим. Це пояснюється тим, що новому гравцю не потрібно знати про минулі ходи, щоб продовжити грати, вони не мають ніякого значення. З моменту як новий гравець сів за стіл він має своє власне бачення на гру і просто продовжує розставляти інші фігури. гравця направлені на здобуття , в той час як Таким самим чином функціює і мова, людині як носії мови не потрібно розуміти про минулі форми слів, які були, наприклад, сто років тому, для того щоб спілкуватися.

Ще одну паралель із шахами, ми можемо провести власно з темою нашого дослідження. Насамперед, як неологізми утворюються на основі старих слів, які набувають нові значення.

Розглянемо знову цю ситуацію, два граки одна й та сама партія, в процесі гри один із шахістів упускає фігуру коня на підлогу і вона розбивається. Для того, щоб продовжити турнір, він ставить на дошку інший предмет, наприклад, монету, і умовно надає йому значення та функції коня, відповідно, гра продовжується.

На цьому прикладі, ми просліджуємо, як утворюються нові слова, ми можемо брати за основу інші слова, які можуть бути схожими або асоціативними з новими термінами (немов монета, яка вмістилася у клітинку на дошці за габаритами), і вони набувають нових значень і існують у мові як багатозначні. Очевидно, що «монета», так і залишилася типом грошей не втрачаючи основного значення, але при певних обставинах вона набула нових значень.

Як і значимість шахових фігур залежить від їх розташування у певний момент гри, по усьому принципу і дослідження лексики важливе у окремому періоді, а не за всю історію. Фердинанд де Сосюр наполягає на протиставленні та відмінностях слів як найефективнішому методі при аналізі слів. Саме він закладає основи для усіх лінгвістичних вивчень, що ми можемо зрозуміти



значення слів на контрасті із іншими як день-ніч, кіт-собака. Без такого порівняння день буде лише частиною доби, а кіт лише твариною. Такий метод допоможе нам розбирати нові для нас терміни у нашому подальшому експерименті (Рис. 2.1).

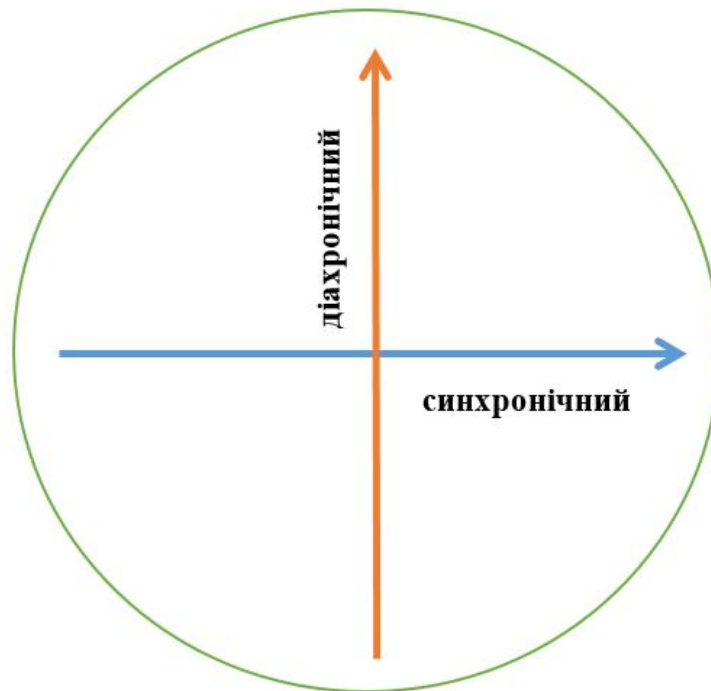


Рис. 2.1 Графічне представлення діахронічного та синхронічного підходу

Синхронічний підхід до дослідження англійської мови часто доцільний, тому існує кілька синхронічних корпусів, як сучасних, так і історичних.

Проте, наприклад, Антуанетта Ренуф вважає, що статичний корпус може надати лише обмежену кількість інформації про «сучасне» використання англійської мови. За своєю природою неологія є діахронічною [35, с. 39]. Лише поточні та оновлені текстові дані міститимуть неологізми.

Текст, який був оброблений у хронологічному порядку, зможе показати, коли вони підлягали змінам. Для термінолога нове слово має досягти встановленої ролі в мові або бути задокументованим, щоб кваліфікуватися як термін; хоча зараз термінологи співпрацюють з перекладачами, щоб забезпечити найновішу термінологію [35, с. 3].

З огляду на викладене вище, Драченко визначає робочі методи дослідження неологізмів:

1) **Діахронічний аналіз** – дослідження певної лексики у панорамі історії та її поступовий розвиток. Семантичні неологізми вважаються найважливішими поміж інших у цьому контексті. Досліджуються раніше відомі слова, які отримали нові значення, щоб прослідкувати як видозмінювалось слово та набувало нових значень з плином часу [6, с. 18].

2) **Синхронічний аналіз** вважає важливим та доречним дослідження окремих лексичних одиниць під впливом певного історичного періода [6, с. 18].

3) **Метод порівняльного аналізу**, що керується методичним порівнянням неологізма рідної мови з неологізмом іншої мови однакового поняття, таким чином знаходить відмінності у їх структурі та у культурах країн [6, с. 18].

4) **Компонентний аналіз** полягає у розбитті значень слів на складові частини з метою аналізу, а саме виявлення важливих сем, які б ототожнювали культурні ознаки [6, с. 18].

5) У **концептуальному аналізі** будуються лексико-семантичні поля в рамках концептуального аналізу з метою розподілу досліджуваних одиниць за концептуальними сферами та відтворення неологічного лексико-семантичного поля певної концептуальної категорії [6, с. 18].

Заслуговує на увагу і міркування Н. Ємчури з приводу методів аналізу неологізмів, центральним підходом до їх вивчення на її думку є експерименти з перспективи соціолінгвістики. Проникнення новоутворених одиниць мови у ототожнюють із змінами побуті людей, а також глобальні події.

Саме тому, доцільно досліджувати неологізми як соціально мотивовані терміни, що з'являються у корпусі мови. Особливо важливим є як носії ставляться до нових термінів та їх хід мислення при прийманні слів у систему мови або їх заперечення, вони відтворюють прожитий досвід та події, які впливали на їх свідомість [7, с. 36].

## 2. 2. Способи перекладу неологізмів

З мовою тісно пов'язані всі аспекти людського існування та еволюції. Перш за все, будь-яке нововведення відбивається на поведінці людей і породжує нові численні лексичні одиниці. Однак вважається, що неологізми важко відстежити, оскільки вони постійно з'являються або замінюють щось старе. Швидке поповнення англійських неологізмів стає основною практичною проблемою, яка постає перед перекладачами. Відсутність досліджень у цій галузі також створює певні труднощі при здійсненні перекладу з англійської на українську.

За аналізом неологізмів Полегенької, неологізми можуть існувати лише від десяти до двадцяти років. Вони становлять лексичні одиниці або стійкі словосполучення, які або нещодавно виникли відповідно до правила побудови лексичних одиниць відповідної мови, або були перекладені з іншої мови через необхідність спілкування [17, с. 23].

Переклад неологізмів є проблематичним, оскільки жоден словник не може охопити всі неологізми, що з'являються разом із постійним розвитком технологій. Саме тому знання контексту та способи словотворення неологізмів можуть допомогти перекладачеві здійснити адекватний переклад. Проте, існують випадки, коли не достатньо застосування лінгвістичних методів, тому що неологізми знаходяться не тільки у парадигмі мови, а також таких наук як соціологія, культура, психологія, географія, історія та логіка. Причиною цього є розбіжність у розвитку цивілізацій та у людських поглядах на світ [16, с. 124].

Найпоширенішою проблемою, яка постає при опрацюванні неологізмів вважається відсутність аналогів слів у мові. У таких ситуаціях важливо знайти вірне рішення для перенесення слову у іншу мову. Адже, від цього рішення залежить наскільки носії іншої мови зрозуміють значення неологізму, чи закріпиться він у мові та чи набуде такої самої популярності як у вихідній мові.

Очевидно, що свіжі світові тенденції викликають нові відкриття, тенденції та інновації, які необхідно назвати. Існує багато різних способів

отримання імені, і мета будь-якого перекладача полягає в тому, щоб вибрати найкраще позначення для різних мов, щоб воно було зрозумілим у всіх країнах. Вчені продовжують розходитися в думках щодо того, які слова можна вважати загальноживаними, а які все ж слід вважати неологізмами. Це виявляється ще більш проблематичним, оскільки завдання полягає не лише в тому, щоб перенести нове явище в іншу мову, а й у виявленні найбільш прийняттого способу його вираження та кодування знаків.

Переклад нової концепції на іншу мову має бути легким і доступним, щоб вона могла закріпитися та отримати визнання в новому мовному та соціальному середовищі. Очевидно, що перекладачі можуть працювати більш методично, систематично та продуктивно з фундаментальним розумінням теорії перекладу неологізмів. Крім того, перекладачам важко зробити гідний переклад, якщо вони не стежать за поточними трансформаціями у світі та не володіють твердими основами засобів тлумачення слів. Досить рідко перекладачі знаходять порівняльний відповідник.

Опановуючи теорію перекладу, перекладач дізнається про значення перекладу, його тип і функцію. Без глибокого розуміння теорії перекладу перекладач зможе визнати лише те, що **переклад** – це не що інше, як копіювання інформації.

Різні рівні суспільства призводять до різного використання мови, що призводить до різноманітності мовних форм. Вибір слів залежить від географічного середовища, соціально-економічного становища суспільства, значущих подій, соціальної спеціалізації та складності обставин. Науковий спектр відрізняється від літературного спектру, соціальний спектр від технічного спектру, а офіційний спектр від неформального спектру. Що стосується багатьох рівнів суспільства, культури, політики, освіти, можна стверджувати, що сприйняття контекстуального значення в мові також може відрізнятися [27, с. 129].

Кожен нещодавно створений термін має певну функцію, тому він природно має певне значення, пов'язане з контекстом. Переклад включає дві

мови, кожна зі своєю формою та оригінальністю. Для перекладача життєво важко порівняти структуру неологізмів, щоб забезпечити переклад. Як правило, це химерні поєднання існуючих слів або зовсім нових. Незважаючи на те, що він не буде перекладати точно слово в слово, важливо підтримувати структуру послідовною та звертати увагу на сумісність слів.

Дилема відповідності слів і дедалі цікавить лінгвістів, особливо особливості їх перекладу та функції у соціальному аспекті. У результаті виникає питання про те, чи можливо виокремити якийсь елемент дослідження, який присутній у будь-якому перекладі, і чи можна такий елемент досліджувати за допомогою лінгвістичних методів.

Під час перекладу слід також враховувати вік та соціальний статус людей, культурні та поведінкові особливості. Основна мета полягає в тому, щоб знайти логічні та доцільні еквівалентні одиниці в оригіналі, пам'ятаючи при цьому цільову групу, на яку направлений текст. Вкрай важливо розуміти самі неологізми та їх значення в інших мовах.

При виборі методів перекладу в першу враховується контекст. Їх доцільно використовувати, коли в мові перекладу немає відповідників, здатних виразити суть стилістичної сторони тексту.

Усі компоненти денотативної системи вихідної мови, за Карабаном можна поділити на два класи:

- 1) Перекладні еквіваленти (мають аналог у мові);
- 2) Безеквівалентні одиниці (не мають аналога у мові [9, с. 279]).

**Еквівалентні одиниці** у свою чергу мають два підвиди: **одноеквівалентні** (мають один аналог у мові), **багатоеквівалентні** (мають багато відповідників у мові). Що стосується перекладу неоднозначних слів, то вони мають декілька аналогів у іншій мові, що утворює складність для перекладача у підборі влучної лексичної одиниці. Щоб досягти цієї мети, спеціалісти використовують різноманітні словники для уточнення сенсу слів. У випадку, якщо слово не наявне у словнику, перекладачі аналізують значення

полісеміного слова та застосовують лексичні трансформації для роботи над словом і передання його точного сенсу [9, с. 279].

Перекладацька трансформація – це необхідна складова перекладу будь-якого тексту. Якщо відсутнє пояснення слова у контексті та словнику, вдаються до **методів перекладу**, які поділяють на наступні види: 1) граматичні, які включають граматичні зміни та поділ речення; 2) лексичні, до яких можна віднести транскрибування та транслітерацію; 3) лексико-граматичні (див. Табл. 2.2) [9, с. 35].

Таблиця 2.2

## Класифікація лінгвістичних трансформацій за Карабаном

Лексичні перекладацькі трансформації	
Конкретизація значення слова	Замінює широкий контекст слова на вужчий. Таким чином, лексичні одиниці з дуже узагальненим сенсом мають чітке семантичне визначення.
Генералізація значення слова	Замінює вузький контекст слова на ширший. Таким чином, лексичні одиниці з конкретним сенсом набувають загального значення.
Додавання слова	Додавання лексичних одиниць до слова над яким здійснюється переклад з метою точнішого пояснення значення слова.
Вилучення слова	Видалення зайвих слів, плеоназмів та тавтологій.
Заміна слова однієї частини мови на іншу	Застосовується при розбіжності граматичних та лексичних правил двох мов.
Пермутація	Така трансформація змінює порядок слів при перекладі.

З цього ми можемо зробити очевидний висновок, що від кваліфікації перекладача, його умінь будувати логічні зв'язки та відтворювати закладений сенс одна із дилем перекладацькою справи, тому у наступних підрозділах ми виділимо найефективніші методи передачі неологізмів.

### 2.3. Транскодування

**Транскодування** – це техніка перекладу, у якій літери алфавіту вихідної мови використовуються для передачі звукового або візуального представлення слова з вихідної мови. Надамо приклади іменників, прикметників та дієслів, які перекладені за моделлю транскодування нижче [16, с. 155].

(1) *trash* – *треш* (щось марне та неякісне).

*I have never believed that pop music is escapist **trash** (Thom Yorke) – Я ніколи не вірив, що поп-музика – це ескапістський треш.*

(2) *Vibe* – *вайб* (настрій або атмосфера, створені конкретною особою, предметом або місцем)[44].

*I love San Francisco for the music and culture. There's this **vibe** there that I can't find anywhere in the world (Tash Sultana) – Я люблю Сан-Франциско за музику та культуру. Там такий вайб, якого я не можу знайти ніде в світі.*

(3) *Brexit* – *Брексіт* (назва, що використовується для позначення виходу Сполученого Королівства з Європейського Союзу).

*Sovereignty is not just at the national level; that's the mistake of **Brexit** that other people make (Emmanuel Macron) – Суверенітет існує не лише на національному рівні; це помилка Брексіту, яку роблять інші люди.*

(4) *middle (developer)* – *мідл* (програміст середнього рівня);

(5) *junior (developer)* – 1) *джун*; 2) *джуніор* (програміст першого рівня).

*A middle developer's position has greater duties than those of a **junior developer**, hence they should be able to communicate themselves more effectively.*

(6) *creepy* – *моторошний*.

*This ancient house is really **creepy**.* – Цей старовинний будинок дуже криповий.

*Creepy* – моторошний; щось, що викликає відчуття страху або занепокоєння.

(7) *Easy* – бути розслабленим або сприймати усе з легкістю.

*Just taking it **easy*** – просто сприймай це легше.

(8) *cringe* – кринж (ситуація, предмет або поведінка, яка змушує відчувати сором).

*We have before us an expert in **cringe**.* – Перед нами експерт із кринжу.

Через тенденцію до отримання швидкої популярності людей, які не відносяться до ряду знаменитостей у таких додатках, як Тік Ток і Фейсбук, а також через потенційну грошову цінність будь-чого, що може привернути достатню увагу, наразі розвивається ціла «культура кринжу». Користувачі соціальних мереж досягли величезного успіху, ділячись збірками випадкових моментів, що викликають сором, а деякі навіть створили відео, на яких вони навмисно поведуться неадекватно або виконують жахливі переспіви популярних пісень.

Вживання даного сленгу породило ще кілька словоформ: прикметник «кринжовий» – безглуздий; прислівник «кринжово» – безглуздо, соромно; дієслово «кринжувати» – відчувати сором.

(9) *to kick* – команда, що використовується в мережах чату, де оператор, модератор або адміністратор видаляє користувача з системи чату через неправильну поведінку.

*If you were **kicked** out of the chat and banned, it's most likely for the following reasons: You didn't stick to the Community Guidelines [53].* – Якщо вас **кікнули** з чату і забанили, це, швидше за все, з таких причин: Ви не дотримувалися Правил Спільноти.

Тут також можна прослідкувати і транскодування дієслова “to ban”, що ототожнює заборону на щось та заблокування юзера через недотримання певних правил [40].



(10) *Here are five of the best-known banned iPhone apps [53].* – *Ось п'ять найвідоміших забаних програм для iPhone.*

(11) *We didn't manage to check-in for our flight.* – *Нам не вдалося зачекінутися на рейс.*

*To check in* – показати свій квиток в аеропорту.

(12) *A good team leader should be ready to take a lot of responsibility.* – *Хороший тім лід має бути готовим до взяття на себе великої відповідальності*

*Team leader* – відповідальний за команду.

В свою чергу транскодування також має власні підкатегорії та види.

В'ячеслав Карабан розділяє транскодування на чотири підкатегорії:

1. транскрибування;
2. транслітерування;
3. змішане транскодування;
4. адаптивне транскодування [9, с. 278].

При використанні змішаного транскодування більша частина транскодованного слова відображає звук у вихідній мові, а також передає певні компоненти його візуальної форми. Найпоширенішими випадками адаптації слів у мові за допомогою транскодування зустрічається у неологізмах, які відповідають за власні назви.

(13) *He shoots trendy videos in Tik-Tok and has many fans.* – *Він знімає модні відео в Тік-Тоці та має багато шанувальників.*

*Tik-Tok* – програма для обміну відео для комп'ютерів і смартфонів [45]. Надзвичайно популярна програма, яка дозволяє користувачам створювати та ділитися відео тривалістю до 60 секунд [44].

(14) *E-bikes are more ecologically friendly rather than cars [40].* – *Е-байки значно більше несуть користі для екології, ніж автомобілі.*

*E-bike* – електричний велосипед з електродвигуном, акумулятором та однокристальним мікрокомп'ютером.

Власні назви автомобілів, також можуть бути передані за допомогою цієї перекладацької трансформації, як наприклад *Tesla*. Незважаючи на те, що

електромобілі компанії Tesla були представлені ще у 2008 році, це слово стало модні слова тільки знедавна разом із популярністю використання сонячної енергії для зменшення шкоди на екологію. За останні роки роки продажі автомобілів Tesla значно зросли та мають великий попит, саме тому цей термін можна вважати відносним неологізмом.

*(15) Tesla Roadster, cost \$110,000 in 2010, more than twice the national median household income for that year [53]. – Його перший продукт, Тесла Родстер, коштував \$110 000 у 2010 році, що більш ніж удвічі перевищує середній національний дохід родини за той рік.*

**Транслітерація** відрізняється від транскрипції тим, що передбачає передачу літер, які складають англійський неологізм, українськими літерами. Найпоширенішим із цих двох способів перекладу залишається транскрипція, яка передбачає написання англійського слова українськими літерами з метою перекладу його фонетичної форми.

Таким чином, транскодування неологізмів необхідно, якщо не має відповідника у мові через відсутність такого предмету чи явища у побуті та звичаях народу. Зокрема, такий метод застосовуються для передання значення нових технологій, сленгу та власних назв. Перш ніж слово адаптується у новій мові, воно потребує назви, а отже найшвидшим та найзручнішим варіантом стає транскодування. Пізніше, коли слово пристосується у новому лексиконі, можливі зміни у їх назвах та заміна на більш зрозуміліші для цільової аудиторії. Зазвичай, таке новостворене слово має одне значення і ототожнює один термін. Проте, потрібно пам'ятати, що перш ніж почати застосовувати транскодування, обов'язковим етапом є перевірка відсутності аналога у мові для запобігання утворення однакових термінів.

## **2. 4. Еквівалентна лексична заміна та прямий переклад**

**Еквіваленти** є одним із найвдаліших інструментів перекладацьких трансформацій. Вони використовуються, коли існують численні варіанти

перекладу для одного слова чи фрази, тоді перекладач повинен вибрати один із них. Велика кількість альтернатив може реалізовуватися в кількох перекладних трансформаціях, ситуація диктує, який аналог використовувати [14, с. 243]. Безперечно, зробити текст та переклад органічних є одним з першочергових завдань спеціалістів. Коли мова йде про досягнення еквівалентності та адекватності перекладу, ми маємо на увазі найбільший можливий лінгвістичний рівень цілісності збереження контексту.

**Адаптація** – заміна невідомого відомим та звичним. Зазвичай застосовується для перекладу реалій або для емотивних висловлювань, що є типовими для мови оригіналу, але досить незвичними для мови перекладу. Тобто, процес заміни незрозумілого вже присутнім аналогом у мові для інтерпретації експресивності або певних явищ. Перекладач нейтралізує будь-які докази, які можуть ідентифікувати ту чи іншу особливість культури замінюючи їх іншими. Найкращим результатом застосування трансформації стане досягнення семантичної конгруентності – збіг денотацій.

Ось деякі приклади сленгових одиниць, які перекладаються за допомогою відповідних еквівалентів:

(16) *be a cold day in a hell when* – як рак на горі свисне (ніколи);

(17) *shoot your shot* – 1) йти ва банк;

(18) *bad blood* – як кіт з собакою (ворожнеча);

(19) *Loudmouth* – базіка;

(20) *splitting tea* – 1) перемивати кістки (пліткувати);

(21) *to buy the farm* – відійти на тей світ (померти);

(22) *to hit the motherlode* – зірвати куш;

(23) *cry baby* – плакса;

**Лексична заміна** перекладу застосовується у випадках коли оригінальне слово або вираз перекладають на відповідник знайдений у вхідній мові. Зазвичай такі еквіваленти мають однакові лексичні значення з оригіналом. Особливістю цього підходу є те, що як правило, перекладні

одиниці позначають лексичні одиниці реалії певної культури, національні відмінності, жаргон [13, с. 97].

Зрозуміло, що така техніка вони мають недоліки та перевага. З позитивною характеристикою є те, що суспільство для якого здійснюється переклад, точно зрозуміє сенс повідомлення. Негативна якість визначається втраті ідентичності, автентичності, колориту та особливих характеристик оригіналу. При цьому, прями варто відрізняти лексичну заміну від прямого перекладу.

**Прямий переклад** копіює синтаксис та морфологічні частини, тобто означає дослівне відтворення оригіналу за допомогою знаходження однакових з оригіналом одиниць перекладної мови. Головним чином дослівний переклад розкриває деталі синтаксичної конструкції оригіналу. Зауваження щодо незрозумілої гри слів або ідіоматичних виразів також можуть передбачати прямий переклад.

(24) *Freegan* – *фриган* (людина, що не купує їжу, а шукає її на вулиці, зберігає природні ресурси) [39];

На противагу прямому перекладу існує також **приблизний переклад**. У цьому випадку слово або словосполучення замінюється на нейтральний відповідник, що подається як генералізація вислову. Використовуючи одиницю з більш універсальним значенням, реалії передаються за допомогою заміника одиницею відповідно типу лексеми.

(25) *I tell a lie* – *обмовитися*;

(26) *man cave* – *чоловіча берлога*;

(27) *Smoko* – *перекур*.

## 2. 5. Калькування

Такий метод трансформації використовується для опису терміна або фрази вихідної мови, використовуючи еквіваленти перекладної мови. У такий спосіб, відповідник асоціюється із неологізмом та перекладається дослівно.

Проблематика кальки полягає у тому, що існує ризик обрати недоцільне словосполучення, яке може бути не тільки неосяжним, а також й курйозним.

При перекладі термінів частіше використовується прийом калькування. Такий підхід є доцільним лише за умови, що перекладена лексична одиниця, утворена таким чином, що відповідає українським граматичним правилам щодо слововживання та відмінювання [9, с. 286].

Уникаючи прямого використання іноземних термінів, калька також сприяє багатству мови перекладу. На відміну від запозичення, яке є фонетичною та морфологічною адаптацією, калька є конструкцією. Узагальнюючи різні підходи до **класифікації кальки**, можна звести їх до семи різновидів:

### **1. Синтаксична калька**

При наданні перекладу за допомогою синтаксичної кальки робиться розбір слова по морфем, таким чином утворюючи нову перекладну конструкцію. Тобто, це такий синтаксичний шаблон, який імітує модель словотворення вихідної мови. Як правило, це трапляється, коли перекладають словосполучення, використовуючи граматичні умовності іншої мови. Такі фрази часто виглядають як штучні.

(28) *synergy* – синергія (описує як різні компоненти або команда працюють разом для досягнення мети);

(29) *srush* – краш (людина до якої є сильні романтичні почуття);

(30) *inclusiveness* – інклюзивність (акт або політика надання особам з фізичними чи розумовими вадами або членам інших груп меншин доступу до можливостей і ресурсів на рівній основі з іншими);

(31) *social distance* – соціальна дистанція.

### **2. Семантична калька**

Семантична калька уособлює техніку копіювання переносного значення слова або словосполучення у цільовій мові. Лексичні одиниці, які виступають еквівалентами отримують новий сенс, керуючись буквральним перекладом слів із оригінальної мови [52].

У більшості випадків у рідній мові немає подібних виразів. Через виїмковість таких співвідношень, слова успадковують їх переносне семантичне значення шляхом новоутворень зі слів аналогів.

(32) *visibility* – *видимість*.

### 3. Фразеологічна калька

Дублювання моделі запозиченого фразеологізму у рідну мову, а саме його дослівний переклад.

(33) *duck lips* – *губи качки* (форма вуст, яку часто імітують на фотографіях у соціальних мережах; вуста отримані у результаті багатьох хірургічних операцій для їх збільшення);

(34) *fat cat* – *жирний кіт* (в фінансових термінах позначає фірму, яка має великий прибуток);

(35) *customer journey* – *подорож клієнта* (збір усього досвіду, який мають клієнти з конкретною компанією чи брендом).

### 4. Напівкалька

Перефразування запозиченого неологізму відбувається не повністю. Одна частина перекладається буквально, а інша залишається незмінною.

(36) *brainstorming* – *брейншторм* (засіб для колективного вирішення завдань шляхом висловлення думок та ідей на задану тематику);

(37) *multi-experience* – *мультидосвід* (розробка плавного досвіду клієнтів на веб-сайтах, у програмах і способах голосу, дотику та тексту);

(38) *Cryptocurrency* – *криптовалюта* (цифрова форма валюти, яка використовує криптографію для захисту транзакцій);

(39) *Friendzone* – *френдзона* (тип відносин, де одна персона, що викликає любовний інтерес, сприймає іншу лише як друга).

Також типовою півкалькою вважаються неологізми з додаванням частки *web* для новітніх комп'ютерних лексичних одиниць.

(40) *web-page* – *вебсторінка*;

(41) *web-site* – *вебсайт*;

(42) *web-model* – *вебмодель*.

Зазначимо, що слова з запозиченою частиною веб, в українській мові пишуться разом. Іншими поширеними суфіксами, що залишаються незмінними: geo-, anti-, audio-, -cracy, -ing, -tion, -logy, micro-, video-, cyber-, hyper- [20, с. 89].

(43) *microblog* – мікроблог (короткий запис у блозі, створений для негайного та зазвичай прямого залучення аудиторії.);

(44) *personalization* – персоналізація (налаштування послуги чи продукту для задоволення потреб конкретної особи, часто пов'язаної з групою людей);

(45) *cyberpsychology* – кіберпсихологія (наука, що вивчає, як люди взаємодіють із Інтернет-технологіями);

(46) *cyberpolice* – кіберполіція (поліція, державні установи, департаменти та інші організації, відповідальні за контроль Інтернету);

(47) *hyperlocal* – гіперлокальний (зосередженість на певній сфері з основним акцентом на проблемах населення в цьому суспільстві);

(48) *retargeting* – ретаргетинг (залученні нової аудиторії або клієнтів за допомогою реклами в соціальних мережах);

(49) *gamification* – гейміфікація (техніка, щоб зробити роботу більш схожою на ігри, щоб заохотити працювати).

## **5. Типографічна калька**

Досить рідкісний вид кальки, який залишає унікальні типографічні норми слова оригінальної мови при перенесенні в іншу.

## **6. Орфографічна калька**

Цей вид часто трапляється, коли етнічна приналежність, місце та імена людей транслітеруються. Без особливих роздумів копіюються норми написання та орфографії вихідної мови, які не мають сенсу в цільовій мові. Лише в кількох випадках, коли дві мови використовують той самий алфавіт, імена пишуться однаково.

Однак коли дві мови використовують різні алфавіти, відбувається невідповідність. До винятків належать імена святих і пап, знатних і королівських родин, історичних особистостей і класичних авторів, чий імена не

мають умовний переклад. В таких ситуаціях важливо дотримуватися точності та конкретності.

### **7. Паронімічна калька**

У цьому випадку існує невідповідність між двома словами, які мають подібну етимологію або форми, але по-різному розвивалися у відповідних мовах до такої міри, що тепер вони мають різні значення. Якщо два англійські терміни етимологічно пов'язані, але мають дещо різні значення, час від часу вживатиметься невідповідне слово. Різні мови відрізняються співвідношенням похідних термінів до прямих запозичень. Створення кальки для іншомовної лексики в деяких мовах насправді є єдиним способом її вивчення.

Акт перекладу можна описати як поступову заміну певних оригінальних одиниць на відповідні мовні одиниці перекладу або відповідності. Доведено, що жоден текст не може бути перекладений однакою чином двічі через мовні та стилістичні відмінності. Знаходження таких мовних структур у мові, які, загалом, семантично еквівалентні або, принаймні, не суперечать лінгвістичним структурам вихідного тексту, часто являють суть процесу перекладу. Щоб вирішити проблему непослідовних еквівалентів, перекладач бере до уваги всю відповідну інформацію, щоб виразити концепцію та сенс конкретної семантичної одиниці. Процес передачі змісту словосполучення є складним і визначається як наслідок відношень у значеннях, пов'язаних із кожним словом, а не як пряме перетворення однієї мовної структури в іншу, що здійснюється за допомогою еквівалентів.

### **2. 6. Описовий переклад**

Функція цієї трансформації полягає у поясненні неологізму за допомогою опису значення. Застосовується такий метод перекладу, коли неможливо знайти відповідника слова, словосполучення або фразеологізму в іншій мові. Інакше кажучи, використовуючи граматичні формати іншої мови та перефразовуючи його, ми розкриваємо сенс неологізму та робимо його доступним для розуміння.



Щоб уникнути створення лексичних дублетів, перед застосуванням такої форми перекладу неологізму варто переконайтеся, що в мові перекладу немає представленого аналога.

Така трансформація допомагає виправити ситуацію, коли еквівалент відсутній у мові, а калькування та транслітерація неможливі. Негативна сторона такого перекладу визначається як зменшення пропорції відповідності лексичних одиниць відносно оригіналу. Іншою ілюстрацією виступає пояснення неологізмів-оказіоналізмів, при перекладі яких втрачається емоційна забарвленість надана автором. Тобто, такі слова це не тільки створені індивідуально слова, а також вважаються літературним прийомом.

Ще однією причиною використання описового перекладу полягає у необхідності та важливості перекласти слово у більш широкому колі роз'яснення, як наприклад, технічна термінологія. Професійна лексика, яка часто не має прямого перекладу з однієї мови на іншу, найчастіше зустрічається в текстах науково-технічного характеру. У результаті переклади технічної літератури спрямовані на розважливу адаптацію оригінальних слів та словосполучень.

Щоб перекласти технічні записи, посібники з обладнання та професійну літературу перекладач має володіти як мовою, так і експертним рівнем знань та уміти логічно мислити. Основний фокус зосереджено на чітких фактах, які потребують констатації та уточнення. Порівняно з літературними творами, ці матеріали легше перекладати через їх простішу мовну структуру. Так як в технічній літературі відсутні метафора і експресивність, переклад зосереджений на ефективній та чіткій подачі змісту.

Карабан припускає, що метод описового перекладу має відповідати таким вимогам як:

1. схожість та адекватність перекладу до оригіналу;
2. опис не має бути перевантажений інформацією;
3. простота синтаксису [9, с. 296].

У той же час вчений виділяє і очевидні труднощі в описовому перекладі:

1. неологізм, може бути незрозумілим або неоднозначним у значенні;  
 2. детальне тлумачення суперечить критерію стислості терміна [9, с. 296];  
 Графічна інтерпретація поняття зазвичай передається за допомогою цього підходу, але характер часто втрачається, оскільки конотативний еквівалент підлягає змінам. Коли немає іншого варіанту, опис, пояснення та інтерпретація використовуються як наближення перекладу: ідея, яку неможливо виразити транскрипцією або калькою, просто описується [2, с. 42].

Проілюструємо декілька випадків вживання описового перекладу:

(50) *London syndrome* – залежність від чаю;

(51) *chillfest* – невимушені та розслаблені вихідні;

(52) *bandwidth* – недостатня кількість часу на виконання чогось;

(53) *cancel culture* – описує поширену практику припинення підтримки відомих осіб і організацій після того, як вони сказали або зробили щось, що вважається неприємним або неповажним;

(54) *circle back* – корпоративний спосіб запитати, чи можете ви поговорити про щось пізніше, або повернутися до теми, коли буде час;

(55) *deliverables* – все, що має бути закінчено або виготовлено в рамках проекту;

(56) *thought leader* – індивід або організація, чия думка вважається експертною у певній галузі;

(57) *janku* – щось дешеве або низької якості;

(58) *bloatware* – потенційно небажані програми, що сповільняють роботу комп'ютерного пристрою та займають багато місця на диску комп'ютеру.

(59) *Slim Shady* – персона, що поводить себе невиховано та висловлює різкі зауваження;

(60) *wexter* – людина, що переписується у соціальних мережах або у чатах у той час як йде по вулиці;

(61) *digital nomad* – люди, що працюють віддалено;

(62) *lurk* – читати повідомлення у чатах, але не відповідати на них;

(63) *cyberstalker* – дуже активно слідкувати за чийось життям у соціальних мережах;

(64) *ego-surf* – шукати про себе інформацію в інтернеті;

(65) *Flame* – образити когось у відповідь на певний коментар та опублікувавши повідомлення в інтернеті;

(66) *geek* – 1) людина, що занадто сильно одержима технологічними новинками, 2) задрот (еквівалентний переклад на український сленг).

З вищевикладених фактів про описовий метод можна зробити такі висновки, що професія перекладача передбачає знання тематики походження перекладного слова, щоб точно розкрити зміст ідеї та правильно використовувати цей засіб перекладу. Тому, переклад повинен точно й повно виражати всі істотні аспекти та характеристики неологізму при поясненні.

Рекомендується використовувати цю форму перекладу, коли досить коротке пояснення влучно підходить, щоб мінімізувати незграбність і багатослівність. Оскільки описовий переклад збільшує текст, він найбільш успішно використовується в обставинах, коли є досить коротке пояснення.

Різновидом описового перекладу є примітки. Повідомлення може бути коротким і пояснювати ідею. У цьому випадку він обрамлений текстом, часто в лапках [1, с. 9].

## **2. 7. Пряме включення**

Спосіб перекладу, який передбачає використання англійського слова в його початковій формі. Досить часто такий спосіб перекладу використовують для перекладу неологізмів, що складаються з двох частин, де одна з них подається мовою оригіналу.

Все частіше можна помітити використання прийому прямого включення у перекладі неологізмів. Суть цього прийому полягає у написанні англійського слова мовою оригіналу не змінюючи його. Найчастіше це стосується лексем з ІТ-сфери, коли жоден із можливих способів перекладу неможливо застосувати.

Прикладами є наступні слова: *Apple, Windows, Android, iPad*. В поодиноких випадках можна натрапити на поєднання двох видів перекладу – прямого включення та кальки або транслітерації. Прикладом такого способу є лексема «*web-сторінка*».

(67) *Metaverse* – *Metaverse, Метавсесвіт* (створений комп'ютером віртуальний простір, де група людей може одночасно взаємодіяти за допомогою спеціальних інструментів віртуальної реальності)[41];

(68) *Android* – *Android, Андроїд* (це мобільна операційна система);

(69) *Techlash* – *Techlash* (сильна та широко поширена негативна реакція на зростаючу владу та вплив великих технологічних компаній, особливо тих, що базуються в Кремнієвій долині [46]);

(70) *Regencycore* – *Regencycore* (стиль в одязі, натхненний вбраннями багатих сімейств епохи Регентства, що набув популярності з виходом телесеріалу «Бріджетони»);

(71) *Windows* – *Windows, Віндовс* (операційна система, розроблена Microsoft);

(72) *Microsoft* – *Microsoft, Майкрософт* (технологічна компанія);

(73) *iPad* – *iPad, айПад* (сенсорний планшетний від Apple).

## 2. 8. Антонімічний переклад

Змінює форму слова або словосполучення шляхом субституції його на протилежне. Комісаров, зазначає, що ідея такої манери перекладу полягає у використанні полярності значень слів, а саме протилежного визначення вихідного слова зі одиницею мови перекладу.

Ми приєднуємося до думки вченого, що отримання антонімічного перекладу передбачає перенесення думки на протилежні пояснення, що заперечує вираз. Нам представляється вірною точка зору про нерозмірність семантики слів у різних мовах. Найчастіше метод застосовується для передання у повному об'ємі художності та колориту фразеологізмів. Подальший аналіз

показує, що важливою характеристикою англійських ідіоматичних виразів є те, що вони іноді перекладається шляхом антонімічного протиставлення. У зв'язку з розглядом деяких виразів, слід зазначити, що такі слова як *no*, *not*, *never*, *nothing* не перекладаються у негативному ключі, а навпаки у постають у стверджувальних реченнях. Слова, що мають відтінок заперечення як *fail*, *lack*, *deny*, *miss*, *doubt*, *omit*, також перекладається стверджувальним виразом з протилежною конотацією.

Так, Карабан вказує зауважує на декількох **підкатегоріях антонімічного перекладу**:

1. **негативація** (слово або вираз замінюється на протиставлене значення з додаванням негативних часток);

(74) *you betcha!* – *Безсумнівно!*;

*Betcha* – скорочений варіант “*bet you*”, що використовується для запевнення.

2. **позитивація** (слово або вираз із негативними частками замінюється на стверджувальне речення);

(75) *I am not kidding* – *я серйозно кажу*;

*Kidding* – неформальний спосіб для вираження, що деякі ситуації, слова або жарти не варто сприймати близько до серця.

3. **анулювання двох заперечень** (два негативних мовних фактора передаються стверджувальним словосполученням) [9, с. 30].

Із описаного вище, можна дійти висновку, що антонімічний переклад базуються на запереченнях, яку у свою чергу у мові поділяються на :

1. синтаксичне заперечення;
2. морфологічне заперечення.

**Синтаксичне заперечення** часто поєднується як із заміною лексичного елемента, з негативним або позитивним переробленням перекладу. Використовуючи морфологічне заперечення іноді втрачається оригінальність задуму, так як антонімічні відповідники, що несуть більше негативний аспект погіршують якість експресивності лексичного елемента або виразу [14, с. 297].

## ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 2

Науковці виділяють такі способи перекладу як: транслітерація, калькування, описовий переклад, приблизний переклад, прийом генералізації, аналог та еквівалент. Основний обов'язок перекладача полягає в застосуванні свого професійного судження та досвіду, щоб гарантувати якомога адекватний переклад. Велику роль відіграють діяхронічний та синхронічний підходи для аналізу слів з перспективи їх історичної видозміни, а також їх особливості у певний відрізок часу.

Транслітерація, калька, описовий переклад, приблизний переклад, еквівалентний переклад – деякі із прийомів кодифікації тексту. Переклад сленгових одиниць краще виконувати за допомогою еквівалентних відповідників, рівнозначний нейтральний варіант, який в більшості випадків не залежить від контексту. Найкращий і найточніший спосіб перекладу сленгу – це використовувати аналоги у мові перекладу. Зрештою, застосовуючи цей прийом, у перекладі можна зберегти семантичний зміст оригіналу.

Контекст визначає, яке слово з безлічі варіантів буде використано під час перекладу евфемістичних слів. Перекладач може використовувати описовий або приблизний під час перекладу нових слів, які не мають еквівалентів, щоб передати значення.

Іншими засобами кодифікації є методи транслітерації, калькування та прямого включення в проблематичних неологізмах. Такий підхід застосовується, як правило, з власними назвами або словами, які вже вкоренилися у спілкуванні у своїй оригінальній звуковій формі та згодом перейшли у загальний вжиток.

Ми дійшли висновку, що при передачі неологізму на іншу мову, варто знаходити найбільш відповідний варіант та враховувати експресивний відтінок, аналізувати чи зрозуміють нові реалії індивіди іншої мови. Тому, важливо керуватися також аудиторією для якої здійснюється переклад.

## РОЗДІЛ 3. Способи утворення неологізмів

### 3. 1. Змішуванні та похідні слова

В данном розділі ми проаналізуємо методи утворення нових слів та представляємо класифікація починаючи із змушування. Тому, змішування двох слів для отримання нового терміна, який поєднує значення двох вихідних.

(76) *crashy* – *crazy and trashy* – божевільний та дивакуватий;

(77) *crunk* – *crazy and drunk* – божевільний і п'яний;

(78) *hangry* – *hungry and angry* – голодний і злий;

(79) *requestion* – *request and a question, or to question again* – перепитати;

(80) *tope* – *tight and dope* – надзвичайно добре;

(81) *vlog* – *video and blog* – влог;

(82) *smog* – *fog and smoke* – смог;

(83) *datenap* – *date and to nap* – нудне побачення;

(84) *altcoins* – *alternative and bitcoin* – альтернативні криптовалюти;

(85) *staycaution* – *stay and vacation* – бути у відпустці вдома;

(86) *grelfie* – *group and selfie* – групове селфі;

(87) *mansplain* – *man and to explain* – пояснити щось жінкам, чого вони не знають;

(88) *manny-man and nanny* – чоловік, що любить дітей, хороший сім'янин;

(89) *fantabulous* – *fantastic and fabulous* – фантастичний і казковий;

### 3. 2. Запозичені та похідні слова

Похідне слово визначає новий термін у мові, який утворений зі старих слів, які приймають нові форми побудови та структури слова.

(90) *lag* – лаг.

Приклад вживання: *We lost the game because of the lag. It is not fair! Lag* – час затримки між дією гравця та реакцією гри на цей вхід. Це слово описує, наскільки повільно завантажуються дані через погане підключення до Інтернету. Це слово походить від комп'ютерних відеоігор і вважається сленгом у жаргоні геймерів. Нижче ми можемо побачити новий прикметник, що походить від “*lag*”.

(91) *laggy* – лаговий;

*laggy* – повільна відповідь, на яку впливає затримка.

Деривація у свою чергу має різні ступені відхилення, проілюструємо основні випадки словотвору:

1. Слова, основа яких є коренем, мають вищий ступінь похідності.

2. Похідні слова, утворені застосуванням одного деривата та мають основи, побудовані на простих основах.

3. Похідні слова, утворені двома послідовними етапами утворення.

(92) *Trumpism* – *Trump* – *трампізм* (політичний рух, ідеологія та філософія управління, пов'язані з 45-м президентом Сполучених Штатів Америки Дональдом Трампом);

Слова з додаванням *-ism* зазвичай описують переконання, здібності чи характеристики. Суфікс *-ism* став дуже популярним, тому що люди люблять приєднувати його до інших слів для розваги.

(93) *leftist* – *left* – *лефтизм* (лівий напрямок у суспільно-політичних поглядах);

(94) *Birther* – *birth* – *особа, яка підтримує або пропагує неправильне переконання, що колишній президент США Барак Обама народився за межами Сполучених Штатів і тому не мав права бути президентом згідно з положеннями Конституції США.*

(95) *shorty* – *short* – *симпатична дівчина невеликого зросту;*

(96) *creeper* – *creepy* – *моторошна людина;*

(97) *baldy* – *bold* – *лисий;*

(98) *shook* – *shocked* – *шок.*



**Запозичені слова** – це слова, які були запозичені з іншої мови та змінені для використання в англійській мові.

(99) *omakase* – *омакезе*;

При замовленні їжі в японському ресторані шеф-кухар самостійно вибере інгредієнти і набір страв хаотичним способом, який називається “omakase”.

(100) *a poke bowl* – *поке*;

*Poke* – це традиційна гавайська страва з сирим тунцем, лососем і начинками.

Популярність цієї страви зросла на 5% за останній рік із 318 тисячами пошукових запитів щомісяця. *Poke-bowl* особливо популярні в TikTok, де користувачі діляться винахідливими та візуально привабливими рецептами.

Тут також можна продемонструвати приклад відхилення від трансформованого слова, яке було знайдено в інтернет-джерелі для підписів в Instagram на тему *poke*.

(101) *a facebook poke* – *тикнути у Facebook*;

*Poke* – це функція Facebook, яка дозволяє користувачам надсилати повідомлення друзям або виявляти інтерес до них.

Практика перетворення слова з однієї граматичної форми в іншу без зміни його написання чи звучання відома як конверсія.

На відміну від афіксації та композиції, це незмінна процедура, при якій основа з одного класу просто переноситься в інший. Повна конверсія означає повне пристосування слова до нового класу і набуття ним усіх ознак. Перетворення часто супроводжується незначними змінами форми, насамперед у плані артикуляції та зміни наголосу. Коли слова зазнають часткової конверсії, вони продовжують належати до старого класу слів і лише набувають певних ознак від нового класу слів, тому ми говоримо, що вони є частиною двох класів одночасно [30, с. 3].

Основним прикладом на користь цього словотвору може стати іменник “Google”. Як доказ, Google позначає інструмент онлайн-пошуку та аналізує, упорядковує дані, щоб надати найбільш корисну та відповідну інформацію.

Крім того, тут необхідно точно уточнити, що Google є аббревіатурою і розшифровується як Глобальна організація орієнтованої групової мови Землі. На цьому прикладі ми можемо проілюструвати тенденцію конверсії, наприклад, від іменника “google” до дієслова “to google”.

(102) *to google* – гуглити;

(103) *Google* – Гугл, Google.

Вплив методу перетворення зустрічається і в інших випадках, зокрема ми знайшли їх серед інтернет-лексики.

(104) *e-mail* – е-мейл, e-mail;

(105) *to email* – писати е-мейл;

1. *Our systems do not collect personal **e-mails** of people who visit our website.*

2. *If you need any extra information or a specific question, just **e-mail** me.*

Іменник “e-mail” у першому реченні – це повідомлення, доставлене за допомогою електронної пошти. Що стосується другого речення, воно перетворюється на дієслово, що вказує на дію «доставити електронну пошту».

(106) *Facebook* – фейсбук, Facebook;

(107) *to facebook* – знаходити когось у Фейсбуці.

1. *His potential employer messaged him on **Facebook** and decided to withdraw the employment offer.*

2. *The nightclub should **facebook** party posters to encourage more people to come.*

По-перше, Facebook – це сервіс соціальної мережі та веб-сайт, який дебютував у 2004 році. Тут ми також можемо простежити трансформацію назви соціальної мережі в дієслово. У першому випадку Згідно з нашими висновками, дієслово “to facebook” може означати: 1) зв’язатися з кимось або дізнатися інформацію про когось через Facebook; 2) опублікувати щось у Facebook; 3) мати обліковий запис на Facebook.

(108) *spam* – спам;

(109) *to spam* – спамити.

Приклад: It is obvious that a large amount of the *spam* you obtain contains fraudulent methods. These organizations will keep *spamming* you until you change your email address. *Spam* – це надокучливе повідомлення, дієслово «спамити» відповідно означає «розсилати спам».

(110) *bookmark* – закладка

(111) *to bookmark* – зберегти у закладки;

Приклад: 1) Safari uses your *bookmarks* and browsing history to anticipate your destination. 2) Be sure *to bookmark* the blog and subscribe via Twitter.

*Bookmark* – це функція веб-браузера, яка дозволяє зберегти URL-адресу веб-сайту для подальшого використання. «Додати закладку» у свою чергу знову означає «виконати».

На цій підставі ми можемо стверджувати, що процес конверсії або нульового деривації доводить його значну роль у словотворі. У сукупності представлені результати підтверджують, як сучасний неологізм зазнає переходу в іншу частину мови.

Конвертація особливо корисна для розширення англійського словникового запасу, оскільки вона дозволяє легко створювати нові слова зі старих. В результаті сенс повністю зрозумілий, і мовець може швидко заповнити значну прогалину в своїй мові або використовувати менше слів [21, с. 161].

### **Інші види конверсії:**

#### 1. Конверсія з іменника в дієслово

Більшість конверсійних дієслів виступають у формі дієприкметника минулого часу, минулого часу або інфінітива.

Наприклад:

*A sandwich* – це страва з двох шматків хліба з начинкою між ними; *to sandwich* - покласти між двома предметами.

*An eye* – це орган зорової системи; *to eye* – дивитися.

*A mother* – батько; *to mother* – завагітніти.

*A dog* – свійська тварина; *to dog* – переслідувати когось.

## 2. Конверсія з дієслова в іменник

Дієслова в цьому процесі поділяються на перехідні і неперехідні.

Наприклад:

Дієслово “*to flirt*” служить для вираження прихильності або інтересу; іменник “*a flirt*” позначає людину, яка фліртує з великою кількістю людей.

*To look* – здаватися або дивитися; *a look* – вираз обличчя людини.

Цей термін, до речі, є справжнім модним словом в індустрії моди, серед фахівців з візажу та стилістів, а також серед молоді.

(112) *look* – лук;

*Jessica is a fashion guru in creating summer looks; she can advise where you can buy the best clothes.*

Як ми можемо помітити у сленгу, іменник “*a look*” означає спосіб, у який людина виражає себе через поєднання одягу, кольорів, макіяжу та аксесуарів.

## 3. Конверсія з прикметника в іменник

Таким способом ми пояснюємо іменники, які через близькість за формою можуть бути пов’язані з прикметником і часто розглядаються як компоненти висловлювань, у яких іменник відсутній.

Так, прикметник *fry* – смажений в олії на сковороді, смажити; іменник *fry* означає смажену страву. Прикметник *calm* – спокійний; іменник *calm* – мирний час.

## 4. Конверсія з прикметника в дієслово

Наприклад: прислівник *better* – краще ; *to better* – покращувати. Прислівник *bright* – дуже світлий, сяючий; *to bright* – зробити щось яскраве.

## 5. Конверсія дієприслівникової частки в дієслово

**Афікс** – зв’язана морфема, що приєднує основу.

Ex-boyfriend чи ex-girlfriend скорочені до просто *an ex*.

(113) *ex* – екс, колишній / колишня.

### 3.3 Скорочення. Нові карбування слів і афіксація

**Абревіатура** – це слово, що складається зі сполучення букв або частин слів, що позначають певні поняття або варіант скороченого слова чи виразу.

**Акронім** – слово, утворене з перших літер слів або виразів.

(114) *LOL* – *Laugh Out Loud* – лол;

Приклад: *When he joked on this moment, I **LOL'd** so loud.*

(115) *FB* – *Facebook* – Фейсбук;

Приклад: *Do you have any social medias, I would **FB** you.*

(116) *Zzz* – *спати*;

Приклад: *I am zzzing.* – Я засинаю.

У письмовому сленгу хропіння зображується звукопоетичним прийомом за допомогою повтору “z” букви.

Найбільш плідним серед нетипових способів творення морфологічних неологізмів останніми роками виявився метод скорочення, який представляє схильність до раціоналізації мови та максимального використання мовних ресурсів. Кількість скорочень постійно зростає, незважаючи на те, що вони становлять лише малу частину всіх неологізмів.

Абревіатури застосовуються для економії місця та часу, щоб уникнути повторення довгих словосполучень. На додаток, нові слова, що приймають форму акронімів або абревіатур, іноді порушують нормативи та правила їх утворення. Унікальність скорочень полягає у їх відсутності морфологічних частин (корені, основи, афікси, закінчення), які допомагають відносити мовну одиницю до певної категорії. Англійська мова не стала винятком, носії цієї мови вживають скорочення, ще з початку її виникнення [15, с. 29].

Варто додати, що абревіатура як складова частина мови вже давно існує в її просторі. Ціллю їх винайдення стало зменшення угруповання слів та надання словосполученням функцій секретності. Так, наприклад, давні греки та римляни використовували абревіатури та акронім як цілком звичайне явище в

писемності. З моменту появи нових засобів обміну повідомленнями в Інтернеті, скорочення набувають все більшого оберту популярності.

Деякі соціальні мережі навіть спонукають користувачів винаходити та застосовувати аббревіатури. Прикладом такої мотивації є Twitter, де встановлене обмеження на максимальну кількість написання слів до 140 символів. Такий ліміт унеможлиблює записати повний текст, задуманий для публікації, тому користувачі соціальних мереж почали вдаватися до різних мовних методів і, як в наслідок, для вираження розгорнутої думки з'явилися різні види скорочень та аббревіації.

Зазвичай скорочення використовуються для позначення групового поняття, як, наприклад:

1. країни (*the USA – The United States of America*);
2. міжнародних організацій (*IAEA – International Atomic Energy Agency*);
3. державні інститути (*FBI – Federal Bureau of Investigation*);
4. марок автомобілів (*BMW – Bayerische Motoren Werke AG*);
5. медицини (*AIDS – Acquired Immune Deficiency Syndrom*);
6. політичні партії (*GOP – Grand Old Party*);
7. молодіжний сленг (*LOL – Laugh Out Loud*);

**Акроніми** – це аббревіатури, утворені з початкових літер розгорнутої фрази: *VIP – a very important person*, *EU – European Union*, *PIN – Personal Identification Number*, *GIF – Graphics Interchange Format*, *NASA – National Aeronautics and Space Administration*.

Будь-який акронім, який звучить як слово і використовується таким чином, ідентифікується як скорочення відповідно до правил. Акроніми мають багато спільних рис із аббревіатурами, проте можуть складатися не лише із перших літер, а і частин слів, а інколи із цілих слів.

Головне та фундаментальне правило перекладу скорочень полягає в тому, що аббревіатури мовою оригіналу та мовою призначення мають збігатися та

відповідати регулюванням еквівалентності. Багато зарубіжних авторів зараз використовують у своїй творчості різні види скорочення.

Скорочення допомагають авторам підкреслити важливу інформацію та навіть зробити акцент на опису зовнішності або характері героїв. Тому, від перекладу акроніму залежить подальше ставлення читачів до героїв творів.

### **Техніки перекладу абрєвіація та акронімів:**

#### 1. Транслітерація з мови оригіналу на мову перекладу

Для скорочень наукової та технічної тематики, а саме для перетворення назв деяких політичних та військових організацій, брендівих назв та продукція з мови оригіналу на мову перекладу.

#### 2. Описовий метод

Переклад кореня абрєвіатури та аналіз асоціацій для викладення сенсу. Застосовується такий інструмент, коли немає слів відповідників для скорочення у іншій мові.

#### 3. Прийняття абрєвіатури вихідної мови

Зазвичай такий прийом вдало застосовуються з скороченнями, які містять цифрові позначання та індексування. Такі абрєвіатури та акроніми трапляються в марках автомобілів, електронній та цифровій техніці, в інженерії та фінансах.

#### 4. Утворення власного скорочення на базі еквівалентів

Важливим аспектом цієї техніки є консультація з експертами, які створили це скорочення, для узгодження впровадити даний термін у запропонованому вигляді. Слід відмітити, що відрізняють декілька типів абрєвіатур:

#### 5. Ініціальний (утворенні з початкових літер словосполучення)

(117) *BYOP* – *bring your own pizza* – *приносьте свою піцу*;

(118) *OOMF* – 1) *one of my friends*, 2) *one of my followers* – *OOMF*;

Відповідно до *Urban Dictionary*, *OOMF* часто використовується в негативному сенсі, щоб говорити про людей за їхніми спинами.

(119) *GOAT* – *Greatest of All Time* – *найкращий у всі часи*;

(120) *X* – *ecstasy* – *екстазі*.

6. Складовий (комбінація початкових частин слів, складів)

(121) *De-Fi* – *decentralized finance* – *De-Fi*, *Де-Фай* ;

(122) *GameFi* – *the financialisation of video gaming* – *Game-Fi*, *Гейм-Фай*;

(123) *Cli-Fi* – *Climate Fiction* – науково-фантастичний фільм про зміну клімату;

У ході дослідження було виявлено, що останнім трендом в область неології, стали скорочення з часткою *-fi*, при цьому з'ясовано, що значення її різне та не стабільне, *-fi* навпаки має здатність до полісемії.

7. На основі існуючого слова

(124) *KISS* – *Keep It Simple Stupid* – *не сприймай близько до серця*;

8. Змішаний (поєднує одночасно два типи, викладенні вище).

(125) *Gen Z* – *Generation Z* – *Покоління Z*, *Покоління Зет*;

Люди, що народилися у період з 1997 по 2010 роки.

(126) *Gen Y* – *Generation Y* – *Покоління Y*, *міленіали*;

Люди, що народилися у період з 1981 по 1996 роки.

Процес скорочення є однією зі стратегій, яка відповідає прагматичним цілям словотворення. Багатий зміст, різноманітність цілей і широке використання скорочень роблять їх однією з найбільш зручних технік утворення слів.

(127) *aite* – *alright* – *заразд*;

(128) *hundo P* – *hundred percents* – *(я впевнений) на 100 відсотків*;

Для об'єктивного вивчення абревіатур та акронімів необхідно використовувати комплексний підхід при дослідженні зв'язку з їх структурою слова з практичної сторони.

**Нові карбування** – це процес, за допомогою якого створюється новий термін без використання будь-яких інших методів словотворення. Це нечастий спосіб створення нових термінів, вони більш поширені в маркетингу, щоб перехитрити конкурентів, використовуючи найкращі та унікальні торгові марки.

Монетну справу часто протиставляють нормальним процесам розвитку слова. Цей підхід передбачає створення нової кореневої морфеми, а не



використання існуючих мовних засобів. Проблемний аспект цього словотвору пояснюється довільністю складу слів.

**Афіксація** – утворення нового слова за допомогою афіксів. Афіксація – процес творення слів від різних основ шляхом додавання похідних афіксів. Афікси включають некореневі та зв'язані морфеми, які певним чином змінюють значення основи та синтаксичну категорію. Лексичні афікси, також відомі як семантичні афікси, є зв'язаними частинами мови, але служать інтегрованими іменниками у дієслівних формах і як складові складних іменників.

### 3. 4. Редуплікація та відсікання

Подвоєння будь-якого складу, основи або повного слова називають редуплікацією. У цьому типі словотвору нові слова утворюються шляхом подвоєння основи слова. Як правило, дві ідентичні основи, або дві основи зі зміною голосної у корені.

#### **Види редуплікації:**

1. Без фонетичних змін

(129) *chi-chi* – 1) щось, гарне та стильне, 2) красуня;

2. Градуційна реплікація (змінюється голосний або приголосний у корені слова.редуплікацією)

(130) *riff-raff* – люди або група людей з поганою репутацією;

Вид словотворення, що знаходиться у тісному зв'язку з морфологією, в результаті якого, частина слова скорочується, тобто змінюється графічна знакова форма (Рис. 3.8). Проте, семантичне значення лексичної одиниці залишається незмінним.

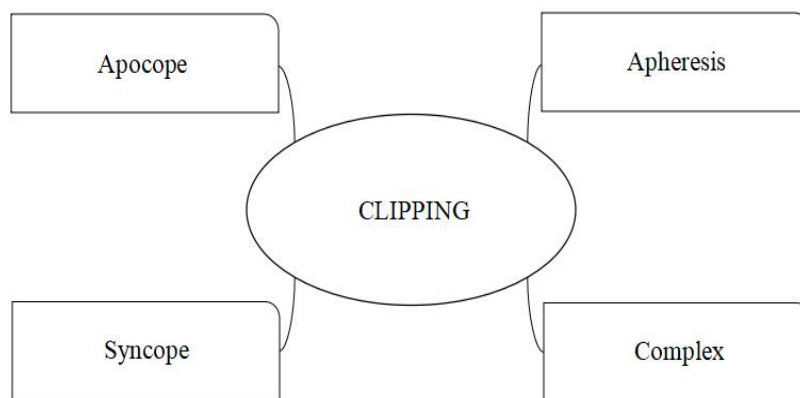


Рис. 3.8 Види відсікання слова

**Апокоп** (англ. аросоре) – обрізання буквеної частини на кінці слова. **Аферез** (англ. apheresis) – скорочення слова на початку. **Синкопа** (англ. Syncope) – елімінація у середині слова. **Змішаний тип** (англ. Complex) – можливість застосування декілька типів одночасно.

(131) *sus* – *suspicious* – *нідозрілий*;

(132) *sis* – *sister* – *сестра*.

### ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 3

Проаналізовані нами неологізми, ми можемо стверджувати, що види побудови цих слів можуть бути різноманітними, новим фантазіям носіїв мови немає меж. Особливої уваги заслуговують змішані слова, коли два або декілька слів поєднуються та утворюють абсолютно нове значення. Така форма популярна як у молодіжному сленгові так і в сферах бізнесу.

Була виявлена особливість в конверсії різних частин мови у іншу, наприклад, іменника у дієслово, дієслово в іменник, іменник в прикметник або прислівник. Таке явище особливо простежується в термінах-неологізмах, що позначають різні секції у соціальних медіа та їх функції, у назвах цифрових платформ.

Ми знайшли і доволі рідкі явища, такі як конверсія звуконаслідувальних письмових образів у дієслово. Зустрічається також а редуплікація, тобто повторення двічі одного слова, що, як правило, пишуться через дефіс.

Сучасні слова мають також схильність до афіксації та деривації, а саме додавання суфіксів та префіксів, зміна у закінченнях. Цікавими випадками на наш погляд є новий суфікс *-fi*, який має відтінок певної прогресивності, а також доволі часто можна помітити суфікси *-ist* та *ism*.

Повністю нові слова не часто виникають, здебільшого для потреби у номінації, для шаблону береться вже існуюче слово, що відбирається за асоціаціями або підлягає певним видозмінам. Зауважимо, що англійська мова як і будь-яка інша мова має здатність до запозичення, тому деякі слова, що є новими, можуть просто бути транспортованими у мову.

Скорочення, яки у свою чергу поділяються на багато інших підвидів потребують належного рівня аналізу, так як виникає складність при їх перекладі та у поясненні їх значень. Дилемою для перекладача є зрозуміти, які скорочення не потрібно змінювати, де варто просто надати описове пояснення, а де вигадати відповідне скорочення у цільовій мові. Такий процес потребує консультацій та міжнародного затвердження.

## РОЗДІЛ 4. Неологізми в Інтернеті

### 4. 1. Соціальні мережі та їх роль у лінгвістиці

Складна проблема, яка виникає при перекладі, полягає в тому, що неологізми не мають аналогів у лексиці інших мов. Як правило, неологізми є модними останніми словами і не внесені до словників, тому модні слова залишаються відкритою дискусією в термінологічних дослідженнях.

Велика кількість неологізмів походить з Інтернету: *Google, SMM, Instagram, Facebook, Twitter*. *Cambridge Online Dictionary* дає визначення соціальних мереж як веб-сайтів і комп'ютерних програм, які дозволяють користувачам обмінюватися інформацією та спілкуватися в Інтернеті за допомогою комп'ютера чи мобільного пристрою.

Дійсно, термін «соціальні медіа» стосується набору Інтернет-додатків, які будуються на ідеологічних і технологічних засадах Web 2.0. Різноманітні фрази з соціальних мереж, пов'язаних із мережевими сайтами, перемістилися з мови медіа-платформ на щоденну англійську. Вона також широко використовується як мова самовираження більшістю її користувачів, як носіями мови, так і не носіями мови.

Компанія “Statista”, яка займається базами даних та дослідженнями, склала статистику мовного розподілу використання Instagram у 2016 році на Близькому Сході та в Північній Африці та виявила, що вона становить 55,1%. Що стосується інших платформ, то майже 241 мільйон користувачів Twitter пишуть повідомлення англійською, і для 78% цих користувачів англійська є другою мовою, згідно з опитуванням Інституту Сервантеса в 2016 році.

Дослідження модних слів англійської мови чітко дотримуються парадигми ідентичності, особистості, брендингу, просування та маркетингу. Оскільки мова є засобом, за допомогою якого люди думають, говорять і спілкуються, людям важливо усвідомлювати, що мова може бути їх першою ідентичністю. Ідентичність є вирішальним моментом у цей перспективний

період, оскільки межі ідентичності стають менш очевидними. Те, як хтось одягається, поводить ся чи розмовляє, не може бути використано для ідентифікації іншої людини в будь-якій точці земної кулі. Розвиток передових технологій дозволив людям спостерігати та копіювати дії та одяг інших. Люди можуть вивчати та висловлюватись будь-якою мовою, якою вони хочуть, незалежно від того, чи це їх рідна мова, перша мова, друга мова чи навіть іноземна мова, як і у випадку з мовою .

Нації з різним мовним походженням у всьому світі спілкуються за допомогою мови. Той факт, що англійська є мовою, яка постійно змінюється, робить надзвичайно важливим приділяти увагу впливу соціальних мереж. Британська енциклопедія визначає мову як систему усних або письмових символів, які використовують люди для спілкування як члени соціальних груп і учасники своєї культури.

Фундаментальним аспектом мови є те, що носії постійно стикаються з фразами, яких вони ніколи раніше не зустрічали, але які вони можуть створювати та розуміти без зусиль. Нормальне мовлення дає змогу створювати й розуміти мовцем нескінченну кількість мовних фраз. Ця надзвичайна здатність є істотним аспектом людської природи та життєво важливим елементом «творчості» [22, с. 2].

Instagram був розроблений в 2010 році, але набув популярності відносно недавно і зараз ця соціальна мережа є розважальним майданчиком і полем діяльності для багатьох SMM-фахівців. Слід зазначити, що досить велика частина неологізмів походить від Instagram, оскільки це величезний сервіс обміну інформацією.

Часто режисери беруть ідею сюжетів для фільмів і серіалів, пов'язаних з Instagram, тому відбувається масове залучення людей у світ цієї соціальної мережі. Кожен, хто має обліковий запис Instagram, може використовувати всі ресурси, які він надає, навіть якщо він не є експертом.

В даний час користувачі Інтернету, як правило, мають вільний доступ до онлайн-словників і перекладачів англійської мови, енциклопедій, наукових

журналів, що сприяє її поширенню і модифікації все більше і більше. Це призводить до того, що мова Instagram в певному сенсі глобалізується. Більшість радіопередач у всьому світі (60%) і більше половини світової наукової літератури та праць (наприклад, в Індії видається близько 3000 журналів і газет) ведуться англійською мовою [42].

Вирішальним аспектом у зростанні інтересу лінгвістів до цієї галузі є еволюція реклами, поява нових і зростання існуючих платформ для реалізації бізнес-цілей. На цьому етапі розуміння ми вважаємо, що модні слова, які використовуються в соціальних мережах, є засобом впливу на свідомість людей з метою залучення їх до певної теми.

У той час як сфери роботи в соціальних медіа різноманітні, техніки складання текстів є загальними. Використовуючи метафоричну мову, ми можемо описати ці поля як мешканців багатоповерхового будинку зі спільним ліфтом, а «продаючий текст» завжди знаходиться поверхом нижче. Ми вважаємо, що фраза «рекламний текст» охоплює суть маркетингових комунікацій, результатом яких не завжди і не обов'язково є покупка.

Для досягнення бажаного ефекту та виконання мети публікації в Instagram англійські публікації демонструють різнобічний вибір граматичних і лексичних одиниць, стилістичних прийомів і різних реєстрів.

Незважаючи на свою популярність, Instagram має згубний вплив на завантажувальний користувачами незаконний і невідповідний вміст, політику та модифікації інтерфейсу, уявну цензуру та психічне здоров'я підлітків. Проте ця дисертація розглядає поле позитивних переваг ролі Instagram в англійському дискурсі, виявляючи особливості лінгвістичних технік у спілкуванні між людьми.

Важливо підкреслити, що англійська мова, яка використовується в соціальних мережах, відрізняється від стандартної англійської мови. Щоб швидко надсилати повідомлення, люди віддають перевагу швидкості над орфографічними нормами. У світі Інтернету з'явилося багато нових слів і способів використання цифрової мови.

Для ілюстрації лексичні одиниці “*swipe up*”, “*follow*”, “*highlight*”, “*story*”, “*reels*” в Instagram вигідні для конкретного бізнесу та засобів. Instagram дає доступ до блогерів, інтернет-магазинів і знаменитостей для поповнення аудиторії і надає різноманітні рекламні можливості.

Соціальні медіа знаходяться у постійному русі направленому у бік прогресу, особливо важливим аспектом стає їх властивість до заохочення висловлювати різні думки та ідеї людей різних соціальних груп. Можливість публікувати провідні напрямки наукових досліджень сучасного світі - що одна важлива риса, таким чином людство може дізнаватися про популярні течії у різних областях професій та які цілі переслідують індивіди у аспекті глобалізації та появи інновацій.

Як зразок, Twitter охоплює поле політичних новин та коментарів на різні світові події офіційними представниками. На додаток, Twitter являється одним із найпопулярніших платформ для спостереження за кандидатами для виборів та діяльністю їх партій. Facebook і LinkedIn стають медіаторами для реклами, реалізації задумів та знаходження однодумців для спілкування за інтересами. В результаті такого загального визнання в суспільстві та публічних характеристик нові терміни утворюються з великою стрімкістю. У минулому розділі ми розділили неологізми за категоріями відповідно до способів їх формування, причин утворення та методів перекладу на українську мову. Основною ідеєю дослідження в нашому останньому розділі стане визначення, які категорії та трансформації зустрічаються найбільше у неологізмах за останні декілька років.

Ми проаналізуємо спільні риси, проведемо статистичний аналіз відібраних слів та словосполучень. Окрім цього, ми розберемо контекст неологізмів та дослідимо їх семантику. Неологізми будуть поділені за класами та розрядами.

Більшість із них прийшли до мови із соціальних мереж, мобільних додатків, провайдерів медійних послуг. Перш ніж почати лінгвістичне дослідження ми проаналізували деякі статистичні данні та діаграми для розуміння появи великої кількості лексичних одиниць. Для виявлення

закономірностей ми вирішили виявити мотиви самих «винахідників» неологізмів, тобто користувачів всесвітньої павутини.

Знайдена нами статистика демонструє найпопулярніші Інтернет ресурси за 2022, серед яких топ-5 найвпливовіших є *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *WhatsApp* та *Weixin* [49]. З даної статистики, ми можемо висловити гіпотезу, що найбільшого впливу на корпус мови чинять ті соціальні мережі, якими користуються найбільше людей (Рис. 4.1.1).

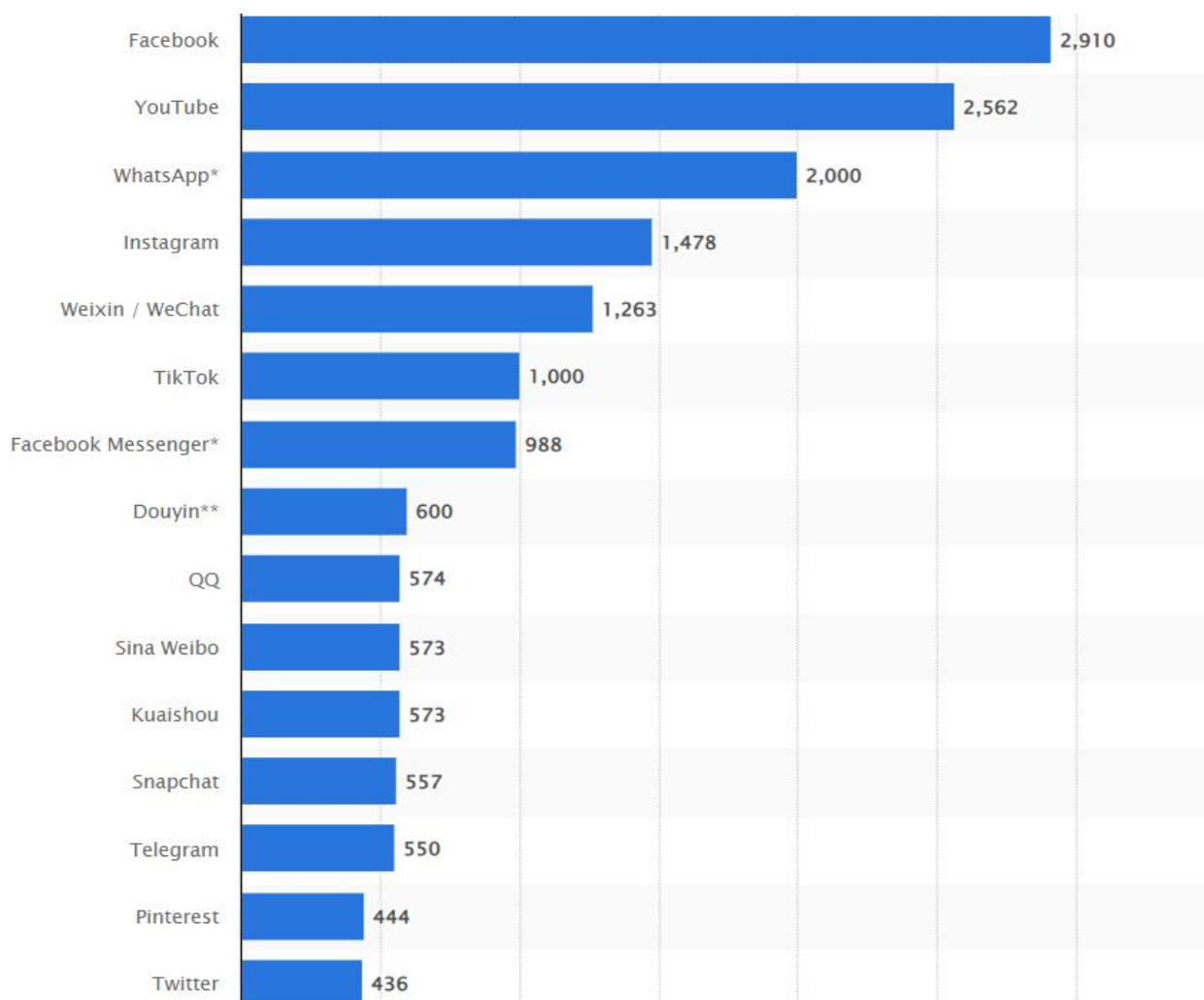


Рис. 4.1.1 Порівняльна статистика використання медіа за популярністю

Ми спостерігаємо, що щоденне користування соціальними медіа індивідуумами рухається вгору та немає характерності йти на спад. Так наприклад, з 2012-2018 є поступовий приріст популярності, з 2019 по 2021 зафіксована стабільність, у 2022 році помічається невелике збільшення. Аналіз



за допомогою вирахування середнього часу, які проводять люди в Інтернеті, час оцінюється у хвилинах (Рис. 4.1.2).

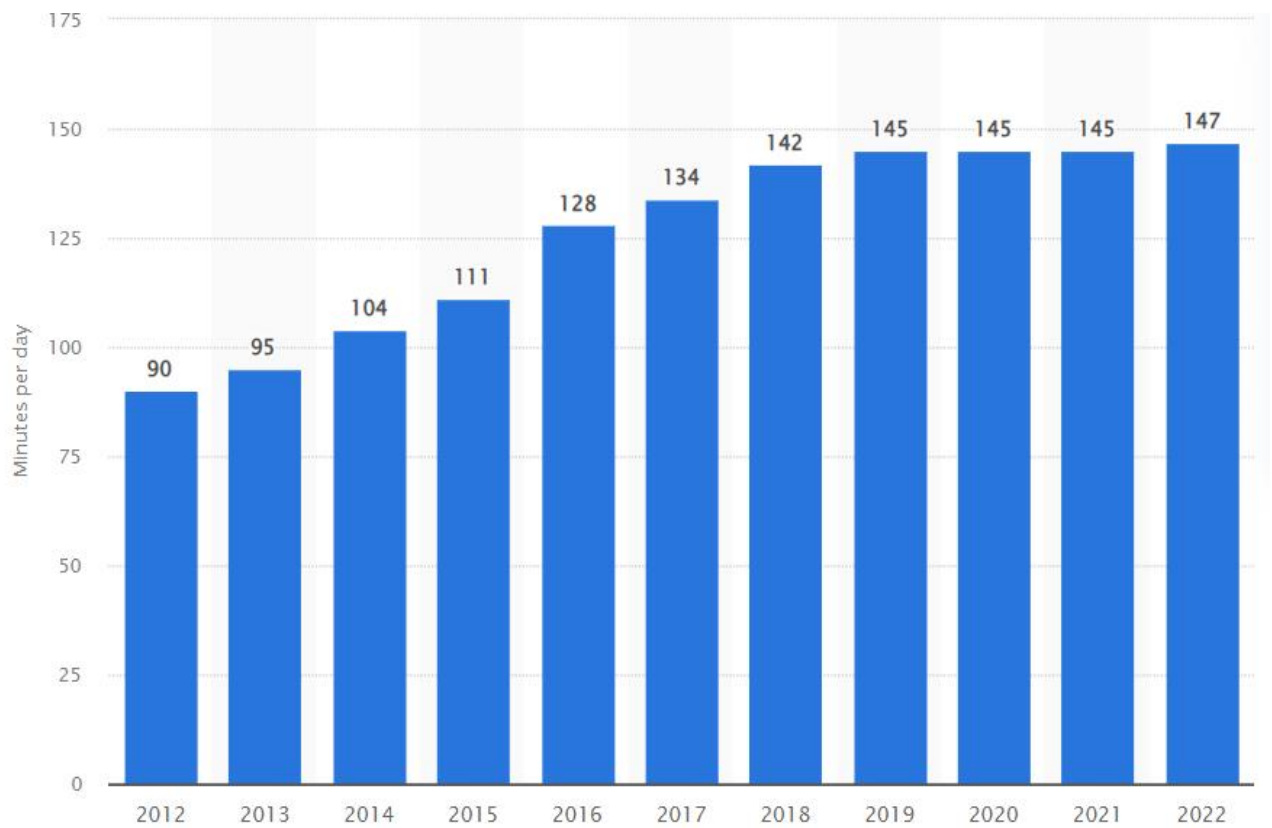


Рис. 4.1.2 Середній час проведений в Інтернеті користувачами за роками

Наразі країною, де найбільше часу проводять у соціальних мережах на день, є Філіппіни, де користувачі онлайн проводять у соціальних мережах у середньому три години 53 хвилини щодня. Для порівняння, щоденний час, проведений у соціальних мережах у США, становив лише дві години і три хвилини. Наразі рівень проникнення глобальної соціальної мережі становить майже 54 відсотки [47].

У наступній графічній демонстрації, ми знайшли показники, що ототожнюють причини та мотиви людей для проведення часу в Інтернеті з усього світу. Показники були отримані на основі дослідженні цифрових мереж станом на третій квартал 2021 року. Люди звертаються до соціальних мереж з різних причин. Користувачі люблять знаходити смішний або розважальний вміст і насолоджуватися обміном фотографіями та відео з друзями, але в основному використовують соціальні мережі, щоб залишатися на зв'язку з друзями, що відбуваються в поточні події [48]. Соціальні медіа мають

широкомасштабний і значний вплив не лише на онлайн-діяльність, але й на поведінку та життя загалом поза мережею (Рис 4.1.3).

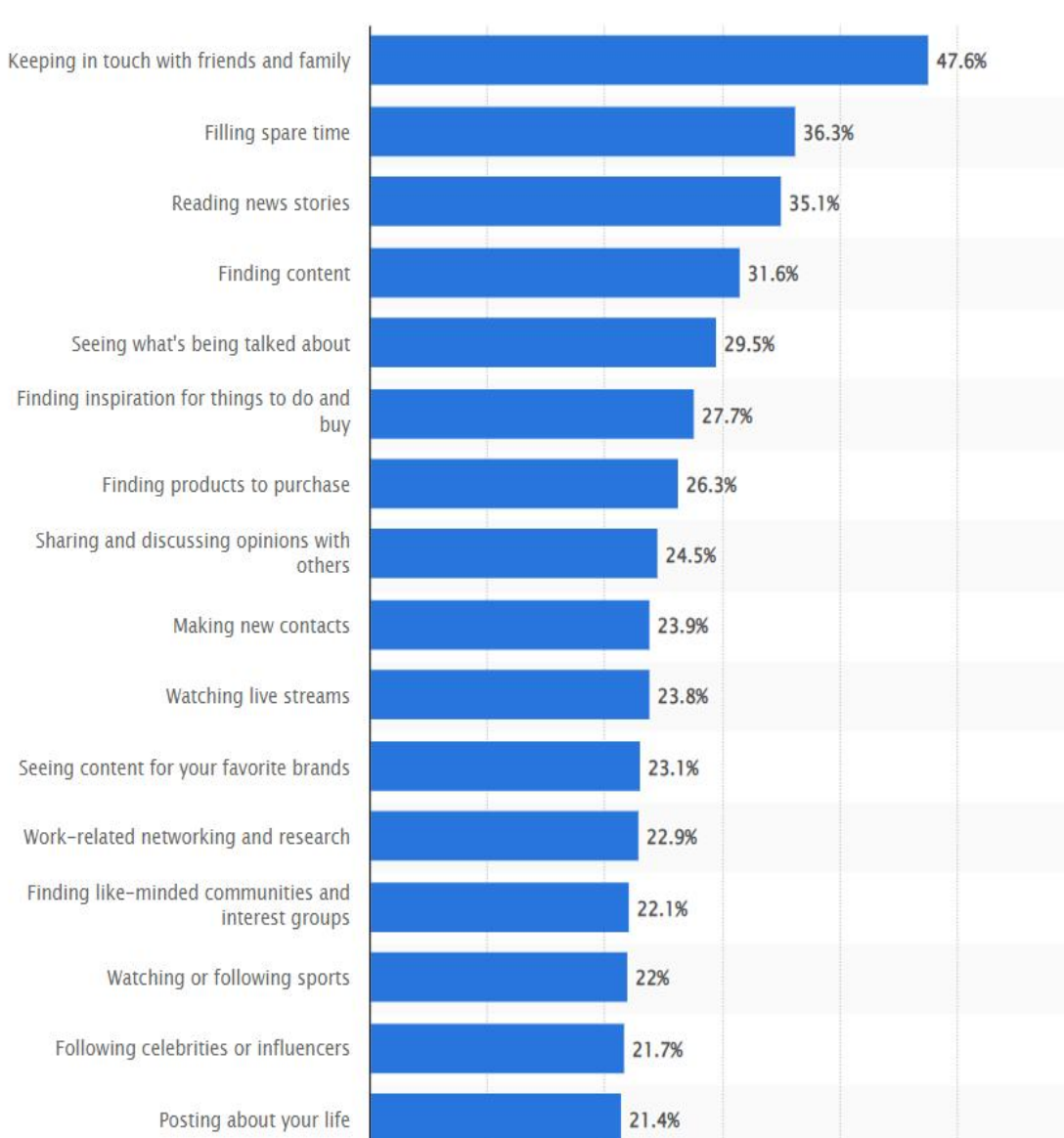


Рис. 4.1.3 Мотиви користуватися соціальними мережами

Під час глобального опитування онлайн-користувачів у лютому 2019 року значна частка респондентів заявила, що соціальні медіа покращили їхній доступ до інформації, полегшили спілкування та свободу вираження поглядів. З іншого боку, респонденти також вважали, що соціальні медіа погіршили їхню конфіденційність, посилили поляризацію в політиці та посилили повсякденні відволікання.

Таким чином, можна визначити, що важливі теми та поштовхи для суспільства користуватися соціальними мережами є: підтримання відносин з

друзями та батьками, нові знайомств, розваги та проведення вільного часу, пошук товарів для придбання, розповідати про власне життя та інше.

#### 4. 2. Неологізми, що позначають об'єкти та дії в соціальних мережах

Дослідження проведенні методом порівняння двох однакових сторінок у Instagram, одна з яких на англійській мові, а інша змінена у налаштуваннях на українську мову. Проілюструємо на прикладах нижче.

(133) *swipe* – *свайп* (калькування);

Інструмент, який допомагає користувачам додавати посилання до своїх історій в Instagram на дисплеї в Snapchat, Tiktok і Instagram.

(134) *follower* – *1) читачі* (еквівалентна лексична заміна);

Follower означає користувача, який підписується на свій профіль, щоб переглядати всі публікації іншого користувача в цьому обліковому записі.

(135) *following* – *стежать* (еквівалентна лексична заміна);

(136) *highlight* – *вибране* (прийом приблизного перекладу);

Надає можливість зберігати та впорядковувати ваші історії, щоб як нові, так і старі підписки могли бачити їх і взаємодіяти з ними.

(137) *story* – *розповідь* (еквівалентна лексична заміна);

За допомогою цього абсолютно нового інструменту користувачі можуть ділитися будь-яким моментом вашого дня, а не лише тими, які ви хочете зобразити у своєму профілі. **Instagram Stories** – це вертикальні, обмежені за часом відео або фотографії. Вони зазвичай використовують емодзі або фільтри обличчя, які не можна застосувати до публікації в Instagram.

(138) *emoji* – *1) емодзі, 2) емоджі* (калькування);

Мова ідеограм та смайликів, що з'явилися в Японії, а зараз використовується в чатах для позначення певного настрою та заміни слів на графічні елементи, а також, як правило, поділені на категорії (їжа, настрої, прапори і т. д.).

(139) *close friends* – близькі друзі (прямий переклад); Функція, яка дозволяє скласти список осіб, які можуть мати доступ до приватних історій.

(140) *Reels* – *video Reels* (пряме включення);

Короткі інтерактивні ролики, у яких можна артистично представити власний бренд, навчати, надихати аудиторію та бути поміченим іншими, хто може зацікавитися пропозиціями компанії. Онлайн-ідентифікація людей часто збігається з онлайн-ідентичністю через мультимедійність ресурсів, таких як текст із історіями, публікації та ролики.

(141) *profile* – профіль (прямий переклад);

Завдяки профілю в Instagram можна викладати свої фотографії та відео, коментувати дописи та знаходити інших людей для спілкування.

(142) *post* – допис (еквівалентна лексична заміна);

Секція для завантаження фото та відео на свою сторінку з різним текстом.

(143) *to like* – уподобати (еквівалентна лексична заміна);

Кнопка у формі серця в профілі, що зазвичай знаходиться біля фото або відео, натиснувши на яку, людина отримає сповіщення про вподобання.

(144) *calls* – виклики (еквівалентна лексична заміна);

Функція, що призначена для відео дзвінків.

(145) *caption* – підпис (еквівалентна лексична заміна);

Це текстовий опис або пояснення зображення Instagram для надання контексту для спільного зображення чи відео. В якості інструментів можна використовувати хештеги, емодзі та різні шрифти.

(146) *hashtag* – хештег;

Тег метаданих, що позначається символом – #. Використовуються в для створення посилань на фото за певною тематикою. Натиснувши на текст відмічений хештегом, користувач переходить до інших дописів на таку тему.

Тому одним із завдань адміністрації в Instagram став автоматичний переклад застосунка на різні мови, а також різних функцій. Так, наприклад, в розповідях та коментарях можна знайти на інструмент «показати переклад», нижче представлення діаграма методів перекладу (Рис. 4.2).



Рис. 4.2 Діаграма методів перекладу для Інтернет термінології

Підбиваючи підсумок ми стверджуємо, що найкращим методом транскодування для неологізмів діджитал сфери є еквівалентна лексична заміна – 54 %. Це зумовлено тим, що переш за все Instagram являється глобальною світовою соціальною мережею, а це означає, що застосунок користується популярністю у багатьох країнах та серед багатьох соціальних груп.

#### 4. 3. Підписи в Інстаграм як джерело для поповнення нових слів

Вивчаючи тему неологізмів, ми дійшли висновку, що існують різні виміри в яких утворюються та існують неологізми. Одним з таких джерел для поповнення стають підписи в Інстаграм (англ. Instagram captions), в яких люди намагаються максимально виявити та розкрити свої креативні здібності, використовуючи нові комбінації лексем, гру слів, нові фразеологізми.

Ми виділяємо наступні причини утворення нових слів у Instagram Captions:

1. зробити зображення зрозумілішим;
2. посилити враження на допис;

3. зацікавити та розширити коло читачів;
4. самовираження;
5. запам'ятовуваність.

У результаті аналізу найпоширеніших підписів у Instagram були виявлені нові знахідки неологізмів. Нижче ми проілюструємо деякі з них, на яких ми звернули увагу та відібрали для зразку.

У результаті аналізу найпоширеніших підписів у Instagram були виявлені нові знахідки неологізмів. Нижче ми проілюструємо деякі з них, на яких ми звернули увагу та відібрали для зразку.

*(147) VSCO girl – дівчина, що багато користується редактором фото VSCO (описовий переклад);*

*(148) E-girl – дівчина, що багато сидить в Інтернеті (описовий переклад);*

*(149) Insta girl – дівчина, що активно веде Instagram (описовий переклад);*

*(150) Gucci gang – 1) гуччі генг, 2) Gucci Gang (транскодування / пряме включення).*

З наведених прикладів, ми підмічаємо, що для опису або надання характеристики іменнику додається прикметник, що означає назву додатку, бренду або суфіксів. Подальші дослідження показали, тенденцію до перетворення днів тижня, видозмінюючи форми слова, а також присутність гри слів та каламбур.

**Гра слів** – прийом, що використовуються у стилістики методом комбінації слів для співзвучності або надання додаткових значень. Метод каламбуру використовується в одному контексті різних значень одного слова або різних слів, або словосполучень, подібних до звучання.

*(151) monday face – 1) понедільникове лице (застосовуємо прямий переклад, для передачі оказіонального значення), 2) сумне лице (приблизний переклад);*

*(152) coffee face – втомлений (приблизний переклад);*

*(153) poker face – беземоційний (приблизний переклад);*

(154) *Saturd-yaуууу* – 1) субота (прямий переклад), 2) субот-так (прямий переклад із переданням авторського графічного представлення слова);

(155) *Caturday* – котячий четверг (приблизний переклад);

(156) *Thirsty Thursday* – алкогольний четверг (приблизний переклад).

Інші знайдені підписи з грою слів:

(157) *Nothing really **mattress** except sleep.* – Немає нічого кращого, ніж лежати на матраці та спати (приблизний переклад).

(158) ***Nama**'stay on the couch.* – Відпочивати на дивані (приблизний переклад).

(159) *blue-tiful* – прекрасний синій (приблизний переклад).

Утворено від слова “*namaste*”, індійського привітання та прощання.

(160) *YOLO* – *you only live once* – живемо тільки один раз (еквівалентна лексична заміна);

(161) *4 life* – *for life* – на все життя (еквівалентна лексична заміна);

(162) *wanderlust* – жага до пригод (приблизний переклад);

(163) *trippin'* – драгувати (приблизний переклад);

(164) *it is a selfie o'clock* – час для селфі (прямий переклад);

(165) *Issa snack* – Сізіфова праця (еквівалентна лексична заміна);

Як можна спостерігати, Тік-Ток тренди грають важливу роль серед молоді. Як правило, найкращим методом перекладу є приблизний (Рис. 4.3).



Рис. 4.3 Методи перекладу Інстаграм-підписів

Підраховувавши всі методи и виявили, що пряме включення не є ефективне, як і транскодування, описовий та пряме включення становлять одну частку. Рідше таке завдання можна виконати за допомогою прямого перекладу.

#### **4. 4. Адаптування назв Тік Ток трендів в англійському лексиконі**

Для більш детального дослідження, візьмемо для прикладу терміни, ще одної цифрової платформи та водночас додатка – Тік Ток (англ. Tik Tok). Ключовою ціллю цієї платформи є створення розважального контенту, який створюють самі користувачі. Проте, існують й інші можливості такі, як заробіток грошей, введення блогу та трансляцій.

Тік Ток відображає відео-ролики, які синхронізуються з фоновою музикою, дозволяють користувачам стежити один за одним, ставити лайки та ділитися своїми відео. Окрім цього, ця платформа має в арсеналі цифрові інструменти, якими не володіють конкурентні мережі.

Матеріали здійсненого обстеження дозволяють згрупувати причини популярності Тік Ток:

1. короткі відео-ролики, які швидко переглядаються;
2. простота налаштувань у створенні відео;
3. легкість у розумінні відео;
4. більшість користувачів – молодь;
5. можливість отримувати гроші;
6. співпраця з брендами;
7. кожен користувач, може стати популярним без зусиль;
8. багато відомих людей;

Однією з найважливіших особливостей досліджуваного об'єкта є своєрідні, так названі, тренди. Маємо на увазі ідеї та тенденції, які користуються популярністю та висвітлюються у відео-роліках. Відео, які є популярними, з'являються частіше у стрічці, набирають більше переглядів, уподобань та репостів. Згідно з цим, якщо користувачу сподобався задум



тренду, він продовжує шукати відео на схожий лад. При цьому, інші люди можуть переглянути профіль, інші відео, та зрештою, підписатися. Блогерам, або як ще називають, тіктокерам, важливо слідкувати за трендами, щоб підтримувати інтерес набраної аудиторії, збільшити число прихильників і ефективно продавати свій профіль як цифровий продукт.

Головним чином, практика відстежування тенденцій Tik Tok допомагає нам встановити нові лінгвістичні засади. А саме, ми відстежили та виокремили нову категорію для дослідження та поповнення запасу неологізмів – тренд у Tik Tok. Назви яких у більшій мірі вже стали окремими самостійними словами та словосполучення. З представлених неологізмів ми виділили слова, що зустрічаються у контексті популярних відео-роликів, а також назви трендів, які використовуються як загальноживані лексеми у англійській мові.

(166) *check* – *зацініть* (еквівалентна лексична заміна);

Може використовуватися у подібних ситуаціях як “my ex check”, “our trip to the USA check”.

(167) *POV* – *Point of View* – *пов* (транскодування);

Абревіатура *POV* означає «точка зору», яка зазвичай використовується для позначення певної форми розважального контенту. *POV* позначає реалії, які відбуваються у повсякденному житті. Точніше, у подібних відео розповідаються історії з перспективи (пов) користувача або вигаданого героя.

(168) *IB* – *inspired by* – *IB* (пряме включення);

Коли використовують цю скорочення *IB* у TikTok, часто відмічають людину, яка надихнула їх на створення ролику.

(169) *CEO* – *Chief Executive Officer* – 1) *CEO* (пряме включення), 2) *генеральний директор* (еквівалентна лексична заміна);

“*CEO*” позначає людей, які називають себе генеральними директорами чогось, що має абсурдний та жартівливий характер або того, до чого вони мають хист. Наприклад: *CEO of overthinking*, *CEO of hot girls*, *CEO of Marvel fans*”.

(170) *heather* – *хізер* (транскодування);

(171) *cheugy* – 1) *щось що вийшло із моди (описовий переклад)*; 2) *той, хто не слідкує за сучасними трендами (описовий переклад)*;

(172) *Go Little Rockstar – Go Little Rockstar (пряме включення)*;

“*Pope is a Rockstar*” – музична композиція американської групи, в якій є рядок “*Pope is a Rockstar*”, але люди сплутують “Pope” з “Go”. З причин такої послідовності помилок, виник смішливий тренд, що означає “Давай, ти зможеш”.

(173) *mood* – *муд (калькування)*;

Моральний стан людини, її відчуття та емоції у певний момент.

(174) *goals* – *ціль на все життя (еквівалентна лексична заміна)*;

Коли щось викликає заздрість або дві речі дуже добре поєднуються. Бажання мати щось, чогось, що досягли інші.

(182) *Day 1* – *день переший (прямий переклад)*;

Означають втрату або позбавлення чогось, початок нового життя, звикання до нових звичок або змін.

(175) *duet* – *дуєт (прямий переклад)*;

Відео, яке відтворюється поруч з іншим як відповідь для взаємодії з іншими користувачами Tik Tok.

(176) *granola* – *дуже правильна людина (приблизний переклад)*;

Індивіди, що притримуються ліберальних поглядів, активісти, піклуються про навколишнє середовище та екологічність.

(177) *put a finger down* – *загинай палець якщо (прямий переклад)*;

Гра у Tik Tok, головним завданням якого є відповідати на запитання на камеру, який диктується голосом за кадром. На кожну відповідність учасник загинає палець, а потім оцінює себе по певній шкалі.

(178) *IMO* – *In My Opinion* – *на мою думку (прямий переклад)*;

(179) *MIRL* – *Me In Real Life* – *я в реальному житті (прямий переклад)*;

(180) *SMH* – *Shake My Head*” – *несхвалення (приблизний переклад)*;

(181) *Caught In 4k* – *зафіксувати чиюсь реакцію (приблизний переклад)*;

(182) *Hot girl summer* – челендж, що був створений жіночою частиною користувачів TikTok, який направлений на те, щоб провести незабутнє літо: ходити на вечірки, розважатися, доглядати за зовнішністю (описовий переклад).

(183) *Karen* – 1) *Карен* (транскодування), 2) вимоглива або агресивна жінка (описовий переклад);

(184) *Sheesh!* – *Шии!* (калькування). Слово використовується для вираження здивування.

Тому, у нашому дослідженні ми виявили, що транскодування, приблизний переклад та пряме включення мають однакове співвідношення та становлять друге місце за перекладними трансформаціями (Рис. 4.4). Така тенденція може бути зі складність передачі нових слів за культурними ознаками.

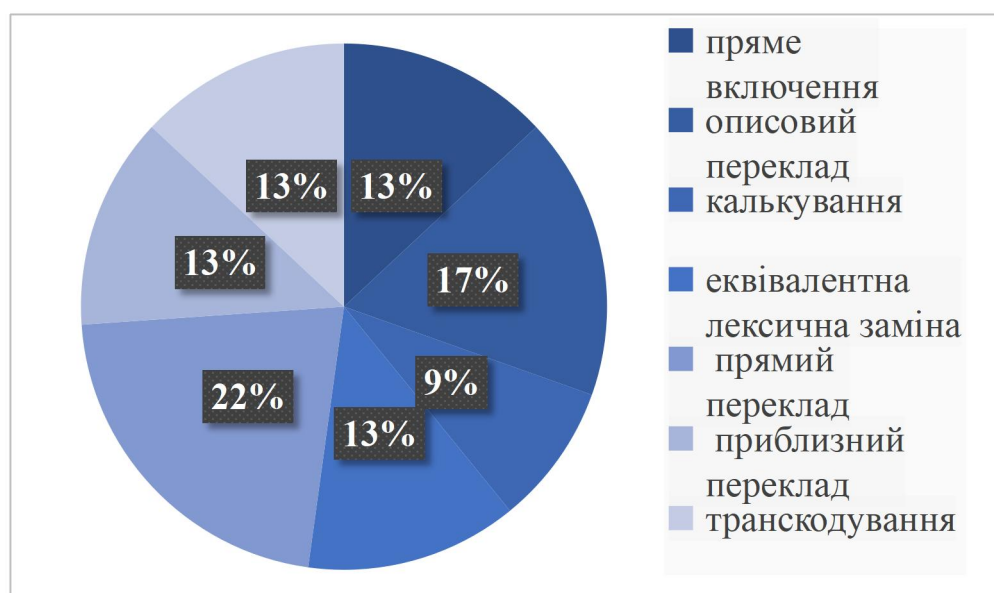


Рис. 4.4 Методи перекладу Тік Ток трендів

Діаграма демонструє, що найвдаліший спосіб передачі тік ток трендів можливий при застосуванні прямого перекладу. Таким чином, зберігається оригінальність та ідея задуманого тренду.

#### 4. 5. Хештеги – інструменти створення неологізмів

**Хештег** – це слово або фраза, яка використовується для ідентифікації темспілкування на платформах соціальних мереж і позначається символом

решітки (#). Вони використовуються для отримання інформації, передачі поглядів людей на різні інсайди і сприяння колаборації між людьми за допомогою швидкого кліку на виділене слово.

З точки зору граматики та синтаксису хештеги можуть виступати не лише як окремі слова, а й цілі граматичні речення. Можна дійти висновку, що хештеги систематизують ідеї та виклад думок, ділять повідомлення до людей на різні тематики. Основна мета застосування цієї методики полягає у висуванні більш переконливих доказів думок та викликати інтерес до публікації.

У опрацьованій літературі ми знайшли авторську класифікацію низки тем, за якими можна закріпити хештеги, а саме:

1. для задання загальної тематики допису в соціальних мережах (*#music, #art, #cooking*);
2. підкреслення конкретного поняття, події або діяльності (*#standwithukraine, #Eurovision2021*);
3. ділитися враженнями та емоціями (*#travelling, #panoramicview, #savagemood*);
4. іронія;
5. додаткова інформація (*позначення місця, бренду, магазину*);
6. маркетинг та сприяння продажу;
7. вираження власної думки та оцінювання;
8. інструмент для започаткування активістський рухів;
9. філософії та життєві позиції.

Здійснене дослідження дозволяє зробити такі висновки, що хештеги стали важливими інструментами мультимодальності та метакомунікації у соціальних мережах. Користувачі можуть прикривати за хештегами своє справжнє обличчя, персону та наміри.

Хештег включає різні можливості, як послідовність викладу предмету обговорення без використання тексту, а лише наданням ключових слів та словосполучень. Можливість хештегів зробити будь-яку публікацію видимою для величезної аудиторії стає важливим механізмом впливу у руках політиків,

релігійних предстваників, бізнесменів, маркетологів, та знаменитостей [32, с.59].

Проілюструємо наші знахідки у просторі Інтернету та дослідимо методи як прекладу.

(185) *#F4F – Follow for follow – підписка за підписку (прямий переклад);*

(186) *#L4L – Like for like – лайк за лайк (прямий переклад);*

(187) *#WCW – Woman Crush Wednesday – хештег-челендж, публікування фото жінки по середах, як правило, знаменитості, якою захоплюється користувач (описовий переклад).*

(188) *#MCM – Man Crush Monday – хештег-челендж, публікування фото чоловіка по середах, як правило, знаменитості, якою захоплюється користувач (описовий переклад).*

(189) *#TBT – Throwback Thursday – четверг, у який користувачі Instagram діляться старими фотографіями (описовий переклад);*

(190) *#OOTD – Outfit of the Day – аутфіт дня (калькування та частковий переклад);*

(191) *#foodporn – фудпорно (калькування);*

Хештег для позначення дуже смачної та апетитної їжі під фото, відео або в Instagram історії.

(192) *#NSFR – Not Safe For Ramadan – небезпечно для Рамадану (прямий переклад);*

(193) *#Regram – перепостити щось в Твітер (описовий переклад);*

(194) *#POTD – Photo of the Day – фото дня (прямий переклад)*

(195) *#Igers – Instagrammers – люди, що користуються Instagram (прямий переклад);*

(196) *#GF – Global Family" – глобальна родина (прямий переклад);*

a community that supports talented photographers around the world.

(197) *#Instamood – інстамуд (калькування);*

(198) *#petstagram – інстаграм домашніх тварин (прямий переклад);*

(199) #AS – *Adult Swim* – короткі відео ролики, що зняті у стилі мультфільмів US Cartoon Network Adult Swim (описовий переклад).

Гіпотезами, щодо спонукаючих причин для використання скорочень та змішаних слів можуть бути: брак місця, обмеженість для написання комп'ютерних символів у певних ділянках для тексту у соціальних мережах, популярність аббревіатури у сленгу та жаргоні, привернення уваги до написаного, підкреслення важливої або додаткової інформації.

Що стосується перекладу, то було знайдено, що прямий переклад становить 44% і зустрічається найчастіше, 31% – описовий переклад, 19% калькування, 6% – частковий переклад (Рис. 4.5.2).



Рис. 4.5.2 Співвідношення методів перекладу хештегів

Отже, результати експерименту продемонстрували, що така нестандартна область як хештеги безперечно заслуговує подальших лінгвістичних аналізів. Стає очевидним, що чим більше слова вживаються та зустрічаються в Інтернеті, тим більше завдань постає перед експертами з укладання словників.

Альтернативними джерелами для пошуків нових слів можуть стати хештеги, якими користуються: як молодь, так і дорослі. Це інструмент для привертання уваги до власного блогу, а я інструмент маркетингу, саме тому потрібно приділяти увагу перекладу.

## ВИСНОВКИ до РОЗДІЛУ 4

Методологія дослідження ґрунтується на ключових ідеях про те, що мова – це система взаємопов’язаних компонентів, що мова та реальність – це одне й те саме, і що теоретичні та емпіричні знання з психології та мови доповнюють один одного. Разом із тим, підходячи до ефективного вивчення неологізмів, доцільно користуватися способами для категоризації слів, щоб провести точний аналіз лексичних одиниць.

В данному розділі нами запропоновано нові джерела для знаходження нових термінів, а також за якими Інтернет-новинками потрібно слідкувати, щоб залишатися в курсі останніх лексичних тенденцій. Отже, є всі підстави зробити такий висновок: соціальні мережі, мобільні додатки та цифрові платформи виступають у ролі механізмів, що спонукають формування неологізмів, а також стають середовищем для їх існування.

У рамках дослідження основний фокус нашої уваги зосереджений на аналізі нової англійської термінології, яка увійшла як сленг або слова повсякденного вжитку у лексикон людей. Зокрема, ми охарактеризували слова пов’язані з діями та можливостями у соціальних мережах.

Наступною цілю дослідження стали такі сучасні нововведення як підписи в Інстаграм, хештеги та Тік-Ток тренди. Для аргументації висловленої гіпотези стосовно їх ролі у лінгвістиці виконанні такі завдання:

1. надали визначення цим явищам;
2. виявили їх вплив на суспільство
3. знайшли унікальні притаманні властивості;
4. відібрали та переклали відібрані неологізми;
5. відмітили спільні риси між ними.

Матеріали здійсненого обстеження дозволяють провести нову таксономію, що неологізми, які позначають об’єкти та дії в соціальних мережах у значній більшості перекладаються на українську мову за використанням еквівалентної лексичної заміни (54%), друге місце за використанням займають

калькування та прямий переклад (по 15%), на третьому місці стоять прийом приблизного перекладу та пряме включення (по 8%).

Вдалося зафіксувати також дані опрацьовані на основі Instagram captions, так було з'ясовано, що приблизний переклад найбільш популярний при кодуванні слів з англійської на українську мову (48%), транскодування та еквівалентна лексична заміна (по 11%), прямий переклад (22%), пряме включення та транскодування по (по 4%).

Ще одним цікавим осередком неологізмів виявилися назви трендів у відео-хостингу Tik Tok, разом із сленгом що накладаються текстом у відео. Відповідно до цього виявилось, що у перекладах трендів Tik Tok зустрічається: 22% – прямий переклад, 13% – описовий переклад, 13% – транскодування, 13% – еквівалентна лексична заміна, 13% – пряме включення, 17% – описовий переклад, 9% – калькування.

Хештеги – нестандартний об'єкт дослідження, попри все, має місце у відігріванні ролі утворення нових слів. Були встановлені основні параметри та мотиви використання хештегів. Уявляється правомірним, що хештеги заслуговують на увагу лінгвістів також, так як було знайдено безліч нових слів серед досліджуваного матеріалу. Так, наприклад, ми дійшли висновку, що переважаюча кількість хештегів – скорочення (67%), а інші – blend words (33%). При цьому, 44% хештегів перекладаються через прямий переклад, 31% через описовий переклад, 19 % – калькування, 6% – частковий переклад.

Як ми можемо спостерігати, один принцип перекладання не розповсюджується на всі види неологізмів, потрібно враховувати категорії до якої вони відносяться в Інтернеті. У нашій науковій праці ми дослідили різні стратегії для перекладу неологізмів, які перекладачі можуть застосовувати при подальших експериментах.



## ВИСНОВКИ

За останні кілька років кількість неологізмів у англійській мові різко зросла. Швидкий прогрес у цифрових технологіях, бізнесі, науці, а також зростання міжкультурної взаємодії є головними причинами такої динаміки. Англійська мова продовжує поповнювати словникові запаси інших мов, оскільки вона є глобальною мовою із понад 500 тисяч слів.

У нашій праці ми дослідили та охарактеризували неологізми англійської, що використовується у соціальних мережах. У ході експерименту ми виявили типові та унікальні характеристик слів з урахуванням особистостей носіїв мови та сфери вживання.

Важливою властивістю неологізмів є те, що вони пояснюють явища дійсності, тобто вбирають у себе всі зміни у суспільстві, таким чином з'являються нові номінативи. Результати дослідження демонструють розуміння призначення, дистрибуції, соціального характеру та функцій неологізму за допомогою методу опису, узагальнення, спостереження та підрахування.

Ми відібрали 500 неологізмів з соціальних мереж для аналізування. Перспектива подальшого вивчення сучасних медійних англійських неологізмів полягає в можливості встановлення когнітивних механізмів дериваційних процесів. Потенційний результат виявлення психологічного механізму процесів словотворення Інтернет лексики відкриває можливість додаткового дослідження сучасних англійських слів.

У першому розділі ми визначили, що вивчення лінгвістичної науки як лексикологія та її підвидів допомагають запобігати типових помилок таких як плеоназм, тавтологія, спотворення, нечіткість загального сенсу, використання не існуючих слів, вживання слів у неатрибутивному значенні, мовний дефіцит, уречевлення, багатозначність та інші. Далі ми дали означення неологізму та охарактеризували за власними категоріями як сленг, запозичення, модні слова.

У другому розділі ми дійшли висновку, що діахронічний та синхронічний аналізи слід застосовувати при вивченні нових лексем. Також, ми виявили

основні методи перекладу перекладу неологізмів та модних слів, а саме транскодування, прямий переклад, знаходження еквівалентного відповідника, калькування, описовий та антонімічний переклад, пряме включення.

Третій розділ висвітлив найпоширеніші методи створення та будування нових лексичних одиниць. Були виявлені випадки змішування та створення похідних слів, введення у мову запозичені одиниці, конверсія, скорочення, карбування нових слів та афіксація, редуплікація та відсікання частин слова.

В останньому четвертому розділі, неологізму та нові гламурні слова були розглянуті під призмою функціонування в соціальних мережах серед яких ми зосередили нашу увагу на платформах Інстаграм та Тік Ток, які стали джерелами знаходження неологізмів. Зокрема для дослідження були взяті підписи в Інстаграм, назви Тік Ток трендів та хештеги.

Ми виявили що, транскодування становить в Інстаграм – 11%, тренди, Тік Ток – 13%; калькування в Тік Ток – 9%, хештеги – 19%; еквівалентна лексична заміна в Інстаграм – 11%, Тік Ток – 13%, прямий переклад в Інстаграм – 22%, Тік Ток – 22, хештеги – 44%, пряме включення в Інстаграм – 4%, Тік Ток – 13 %, хештеги, описовий переклад в Інстаграм – 11%, Тік Ток – 17%, хештеги – 31%, приблизний переклад в Інстаграм – 48%, Тік Ток – 13%, хештеги – 6%. Таким чином, ми можемо зробити висновок, що антонімічний переклад та калькування майже не зустрічається в перекладі Інстаграм підписів на відміну від приблизного перекладу.

Із знайдених 500 неологізмів частка методів перекладу становить транскодування – 3%, калькування – 11%, еквівалентна лексична заміна – 9%, прямий переклад – 17%, пряме включення – 3%, описовий переклад – 19%, приблизний переклад – 38%. Тобто, найкращим способом виявився приблизний переклад та описовий, рідкими – транскодування і пряме включення становлять меншу частку в кодуванні неологізмів.

Як висновок, нова лексика – виклик для перекладача, так як існує перешкода у вигляді відсутності відповідників у мові. Неологізми одна із актуальних проблем лінгвістичного дискурсу і потребує подальших досліджень.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бараненкова Н. А. Експлікація як спосіб перекладу безеквівалентної лексики науково-технічного стилю / Н. А. Бараненкова, С. В. Литвин // Вісник НТУУ «КПІ». Філологія. Педагогіка : збірник наукових праць. – 2014. – Вип. 4. – С. 6–13.
2. Бондар М. В. Описовий переклад як спосіб відтворення безеквівалентної турецької лексики в українських художніх перекладах / М. В. Бондар // Science and Education a New Dimension. Philology. – №2 (5) – 2014. – С. 42–46.
3. Волощук К. Плеоназм як перекладознавча проблема / К. Волощук // – Вінниця : Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА», 2020. – Вип. 154. – С. 41–46.
4. Демченко Н. Загальне мовознавство: навч. Посібник / уклад. А. Чала, Н. Демченко, Т. Крехно, // Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради. – Харків : ФОП Петров В. В. – 2020. – 192 с.
5. Дзюбіна О.І. Типологічні принципи класифікації неологізмів у сучасній англійській мові / О. І. Дзюбіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – № 33(2). – 2018. – С. 38–39.
6. Драченко С. Ю. Специфіка перекладу неологізмів у мові засобів масової інформації (на матеріалі англійської та німецької мов) : маг. робота / С. Ю. Драченко. – Дніпро : Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет». – 2018. – 82 с.
7. Ємчура Н. Р. Теоретичні засади визначення неологізмів у сучасному слов'янському мовознавстві / Н. Р. Ємчура // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур : Пам'яті академіка Леоніда Булаховського: Спеціальний випуск. – К., 2010. – С. 33–40.

8. Жлобницька Ю. Д. Неологізми в поезії Василя Стуса: семантико-структурна типологія : маг. робота / Ю. Д. Жлобницька. – Донецьк : Донецький національний університет ім. Василя Стуса, 2020. – 65 с.
9. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Частина II / В. І. Карабан.– Вінниця.: Нова книга, 2001 – 303 с.
10. Карпенкова Н. Ю. Лексико-стилістичні особливості термінів – оказіоналізмів у науково-фантастичній літературі / Н. Ю. Карпенкова, Н. С. Кудрявцева, Є. Є. Петров-Расторгуєв // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2018. – С. 85–87.
11. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : Підручник Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : Підручник / І. В. Корунець. – Вінниця : Нова Книга, 2003. – 448 с.
12. Косович О. В. До питання про сутність неологізму в сучасній лінгвістиці. / О. В. Косович // Записки з романо-германської філології – №2 (29). – 2012. – С. 71–79.
13. Костенко, О. Г. Сучасні англійські неологізми способи їх перекладу українською мовою / О. Г. Костенко // Закарпатські філологічні студії. – Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2020. – Т. 2 № 13. – С. 97–100.
14. Онушканич І. В. Сленг як перекладознавча категорія: поняття, етимологія, способи перекладу / І. В. Онушканич, М. В. Штогрин // Вісник Житомирського державного університету, 2014. – №3 (75). – 297 с.
15. Павленко В. О. Неологізми сучасного німецькомовного політичного дискурсу та особливості їх відтворення українською мовою : маг. робота / В. О. Павленко. – К. : Київський національний лінгвістичний університет, 2019. – 104 с.
16. Панченко О. І. До питання неологізмів / О. І. Панченко // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. – 2020. – С. 154–158.

17. Полегенько К. О. Словотвірні моделі неологізмів в англomовному науково-технічному дискурсі : маг. робота / К. О. Полегенько. – Дніпро : Дніпровський національний університет з залізничного транспорту імені В. Лазяріна. – 2020. – 89 с.
18. Рильський М. Г. Мудрості від Максима Рильського. Вислови, поради, роздуми, настанови, звернення, міркування про філософію буття / М. Г. Рильський. – К. : Саміт-Книга, 2019. – 264 с.
19. Стишов О. А. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія : навч. посіб. / О. А. Стишов. – Біла Церква : Авторитет, 2019. – 198 с.
20. Ясинецкая Н. А. Полукальки англоязычных неологизмов в украинском языке / Н. А. Ясинецкая // Филологические трактаты Горловского государственного педагогического института иностранных языков. – 2011. – Том 3 (№2). – С. 87–95.
21. Aitchison J. Words in the Mind : An Introduction to the Mental Lexicon / J. Aitchison. – Oxford : Basil Blackwell, 2012. – 328 p.
22. Belletti A. Knowledge Of Language: Its Nature, Origin, and Use : Naom Cholmsky / A. Belletti, Rizzi L. – NY : New Publisher, 2021. – 307 p.
23. Cabre M. T. C. Neology in specialized communication / M. T. C. Cabre, R. B. Estopa, Vargas C. S. – Netherlands : John Benjamins Publishing Company, 2012. – 148 p.
24. Chulanova G. V. Lexicology in theory, practice and tests: study guide / G. V. Chulanova. – Sumy : Sumy State University, 2015. – 241 p.
25. Dorota A. : Lexical Innovation on the Internet Neologisms in Blogs / A. Dorota, Smyk-Bhattacharjee. – Zurich : University of Zurich, 2009. – 325 p.
26. Ginzburg R. S. A Course in Modern English Lexicology / R. S. Ginzburg. – M : Higher School Publishing House, 1986. – 275 p.
27. Harliani. S. The world of Transaltion / S. Harliani. – OKARA : Jurnal Bahasa dan Sastra, 2019. – P. 121–140.

28. Harris, R. *Course in General Linguistics: Ferdinand de Saussure* / R. Harris. – London : Bloomsbury, 2022. – 274 p.
29. Ilienکو, O. L. *English Lexicology : tutorial* / O. L. Ilienکو, I. A. Kamienieva, Ye. S. Moshtagh. – Kharkiv : Publishing House I. Ivanchenka, 2020. – 218 p.
30. Javanovic V. *The conference paper : Word Conversion in English language teaching* / V. Janovic // *Savetovanje profesora engleskog jezika srednjih i osnovnih škola Srbije At : conference.* – 2006. – P.17.
31. Lau L. Y. F. *An Introduction to Critical Thinking and Creativity: Think More, Think Better* / J. Y. F Lau. – NY : John Wiley & Sons, 2011. – 272 p.
32. Laucuka A. *Communicative Functions of Hashtags* / A. Laucuka // *Economics and Culture.* – Sciendo, 2012. – № 13 (1). – P. 56–62.
33. McFedries P. *The Word Lover's Guide to Modern Culture : Word Spy* / P. McFedries. – NY : Broadway, 2004. – 413 p.
34. Naseema Parveen, H. *Transformation of words into vocabulary* / H. Naseema Parveev // *English Language Teaching.* – 2012. – № 5. – P. 171–177.
35. Renouf A. *Defining neology to meet the needs of the translator: a corpus-based perspective* / A. Renouf // *Classiqus Garnier.* – Birmingham : Birmingham Institute of Media and English, 2021. – P.17–43.
36. Saussure de, F. *Course in General Linguistics* / F. de Saussure. – London : Peter Owen. P., 1974. – 240p.

**СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

37. Spears. R. A. NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions / R. A. Spears. – NY : McGraw-Hill, 2000. – 577 p.
38. Spears. R. A. Common American Phrases in Everyday Contexts : Detailed guide to real-life conversation and small talk / R. A. Spears. – NY : McGraw-Hill, 2012. – 320 p.

## СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

39. Britannica [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.britannica.com/dictionary>.
40. Computerhope [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.computerhope.com>.
41. Cyberdefinitions [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.cyberdefinitions.com/definitions/>.
42. Englex. English as an international language. Почему английский–международный язык? [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до статті : <https://englex.ru/english-as-an-international-language/>.
43. Forbes [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.forbes.com/?sh=19d0d4372254>.
44. Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.dictionary.com/>.
45. Merriam-Webster [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.merriam-webster.com/>.
46. Oxford Learning’s Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>.
47. Statista. Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>.
48. Statista. Most popular reasons for internet users worldwide to use social media as of 3rd quarter 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/715449/social-media-usage-reasons-worldwide/>.
49. Statista. Most popular social networks worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
50. TedTalk. The Case Against Buzz Words by Amanda Aiello [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : [https://www.ted.com/talks/amanda\\_aiello\\_the\\_case\\_against\\_buzz\\_words](https://www.ted.com/talks/amanda_aiello_the_case_against_buzz_words).



51. Toppan. Loan Words in the English Language [Електронний ресурс].– Режим доступу до статті : <https://toppandigital.com/translation-blog/borrowed-terms-in-the-english-language/>.

52. Ukrmoва. Правопис 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://ukr-mova.in.ua/library/pravopis-2019/>.

53. Yourdictionary. Sentences [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : <https://sentence.yourdictionary.com/>.

54. Wikipedia. Forbes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.wikipedia.org/wiki/Forbes>.

55. Wikipedia. Zaum [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.wikipedia.org/wiki/Zaum>.

## ДОДАТКИ

## Додаток 1

Способи передачі перекладу неологізми та власні варіанти транскодування

№	Англійський неологізм	Свій переклад українською	Способи перекладу
1.	trash	треш	калькування
2.	vibe	вайб	калькування
3.	Brexit	Брексіт	транслітерація
4.	middle	мідл	калькування
5.	junior	джун, джуніор	калькування
6.	creepy	моторошний	прямий переклад
7.	easy	бути розслабленим або сприймати усе з легкістю	описовий переклад
8.	cringe	кринж	калькування
9.	to kick	команда, що використовується в мережах чату, де оператор, модератор або адміністратор видаляє користувача з системи чату через неправильну поведінку	описовий переклад
10.	to ban	забанити	калькування
11.	to check in	показати свій квиток в аеропорту	приблизний переклад
12.	team leader	тім лідер, відповідальний за команду	калькування
13.	Tik-Tok	Tik Tok, Тік Ток	калькування / пряме включення
14.	e-bike	електричний велосипед, е-байк	калькування, прямий переклад
15.	Tesla	Tesla, Тесла	калькування / пряме включення
16.	be a cold day in a hell when	як рак на горі свисне, ніколи	еквівалентний відповідник
17.	shoot your shot	йти ва банк	еквівалентний відповідник
18.	bad blood	як кіт з собакою, ворожнеча	еквівалентний відповідник
19.	loudmouth	базіка	еквівалентний відповідник
20.	splitting tea	перемивати кістки, пліткувати	еквівалентний відповідник
21.	to buy the farm	відійти на теї світ, померти	еквівалентний відповідник
22.	to hit the motherlode	зірвати куш	еквівалентний відповідник
23.	cry baby	плакса	еквівалентний відповідник
24.	freegan	фриган	калькування
25.	I tell a lie	обмовитися	приблизний переклад
26.	man cave	чоловіча берлога	еквівалентний відповідник
27.	smoko	перекур	еквівалентний відповідник
28.	synergy	синергія	калькування
29.	crush	краш	калькування
30.	inclusiveness	інклюзивність	калькування
31.	social distance	соціальна дистанція	прямий переклад
32.	visibility	видимість	прямий переклад
33.	duck lips	губи качки	еквівалентний відповідник

34.	fat cat	жирний кіт	прямий переклад
35.	customer journey	подорож клієнта	прямий переклад
36.	brainstorming	брейнштурм	калькування
37.	multi-experience	мультидосвід	калькування
38.	cryptocurrency	криптовалюта	калькування
39.	friendzone	френдзона	калькування
40.	web-page	вебсторінка	калькування
41.	web-site	вебсайт	калькування
42.	web-model	вебмодель	калькування
43.	microblog	мікроблог	транскодування
44.	personalization	персоналізація	калькування
45.	cyberpsychology	кіберпсихологія	калькування
46.	cyberpolice	кіберполіція	калькування
47.	hyperlocal	гіперлокальний	калькування
48.	retargeting	ретаргетинг	калькування
49.	gamification	гейміфікація	калькування
50.	London syndrome	залежність від чаю	приблизний переклад
51.	chillfest	невимушені та розслаблені вихідні	приблизний переклад
52.	bandwidth	недостатня кількість часу на виконання чогось	описовий переклад
53.	cancel culture	практика припинення підтримки відомих осіб і організацій після того, як вони сказали або зробили щось, що вважається неприємним або неповажним	описовий переклад
54.	circle back	корпоративний спосіб запитати, чи можете ви поговорити про щось пізніше, або повернутися до теми, коли буде час	описовий переклад
55.	deliverables	все, що має бути закінчено або виготовлено в рамках проекту	описовий переклад
56.	thought leader	індивід або організація, чия думка вважається експертною у певній галузі	описовий переклад
57.	janky	щось дешеве або низької якості	описовий переклад
58.	bloatware	потенційно небажані програми, що сповільняють роботу комп'ютерного пристрою та займають багато місця на диску комп'ютеру	описовий переклад
59.	Slim Shady	персона, що поводиться невиховано та висловлює різкі зауваження	описовий переклад
60.	wexter	людина, що переписується у соціальних мережах або у чатах у той час як йде по вулиці	описовий переклад
61.	digital nomad	люди, що працюють віддалено	описовий переклад
62.	lurk	читати повідомлення у чатах, але	описовий переклад

		не відповідати на них	
63.	cyberstalker	дуже активно слідкувати за чиймось життям у соціальних мережах	описовий переклад
64.	ego-surf	шукати про себе інформацію в інтернеті	описовий переклад
65.	flame	ображати когось у відповідь на певний коментар та опублікувавши повідомлення в інтернеті	описовий переклад
66.	geek	людина, що занадто сильно одержима технологічними новинками, задрот	описовий переклад
67.	Metaverse	Metaverse, Метавесвіт	калькування/ пряме включення
68.	Android	Android, Андроїд	калькування/ пряме включення
69.	Techlash	Techlash	пряме включення
70.	Regencycore	Regencycore	пряме включення
71.	Windows	Windows, Віндовс	транскодування / пряме включення
72.	Microsoft	Microsoft, Майкрософт	транскодування / пряме включення
73.	iPad	iPad, айПад	транскодування / пряме включення
74.	you betcha!	безсумнівно!	приблизний переклад
75.	I am not kidding	я серйозно кажу	антонімічний переклад
76.	crashy	божевільний та дивакуватий	приблизний переклад
77.	crunk	божевільний і п'яний	приблизний переклад
78.	hangry	голодний і злий	прямий переклад
79.	requestion	перепитати	прямий переклад
80.	tope	надзвичайно добре	приблизний переклад
81.	vlog	влог	транскодування
82.	smog	смог	транскодування
83.	datenap	нудне побачення	приблизний переклад
84.	altcoins	альткоїн	прямий переклад
85.	staycaution	бути у відпустці вдома	приблизний переклад
86.	grelfie	групове селфі	приблизний переклад
87.	mansplain	пояснити щось жінкам, чого вони не знають	описовий переклад
88.	manny	чоловік, що любить дітей, хороший сім'янин	описовий переклад
89.	fantabulous	фантастичний і казковий	прямий переклад
90.	lag	лаг	транскодування
91.	laggy	лаговий	калькування
92.	Trumpism	трампізм	транскодування
93.	leftist	лефтизм	калькування
94.	birther	особа, яка підтримує або пропагує неправильне переконання, що колишній президент США Барак Обама народився за межами Сполучених Штатів і тому не мав	описовий переклад

		права бути президентом згідно з положеннями Конституції США	
95.	shorty	симпатична дівчина невеликого зросту	описовий переклад
96.	creeper	моторошна людина	прямий переклад
97.	baldy	лисий	прямий переклад
98.	shook	шок	прямий переклад
99.	omakase	омакeze	транскодування
100.	a poke	поке	транскодування
101.	a facebook poke	тикнути у Facebook	приблизний переклад
102.	to google	гуглити	калькування
103.	Google	Гугл	калькування
104.	e-mail	е-мейл	калькування
105.	to e-mail	писати е-мейл	прямий переклад
106.	Facebook	Фейсбук, Facebook	калькування / пряме включення
107.	to facebook	знаходити когось у Фейсбуці	прямий переклад
108.	spam	спам	калькування
109.	to spam	спамити	калькування
110.	bookmark	закладка	еквівалентний відповідник
111.	to bookmark	зберігати у закладки	еквівалентний відповідник
112.	look	лук	калькування
113.	ex	колишній / колишня	еквівалентний відповідник
114.	LOL	лол	калькування
115.	FB	Фейсбук	прямий переклад
116.	Zzz	спати	прямий переклад
117.	BYOP	приносьте свою піцу	приблизний переклад
118.	OOMF	OOMF	пряме включення
119.	GOAT	найкращий у всі часи	приблизний переклад
120.	X	екстазі	прямий переклад
121.	De-Fi	De-Fi, Де-Фай	калькування / пряме включення
122.	GameFi	Game-Fi, Гейм-Фай	калькування / пряме включення
123.	Cli-Fi	Клай-Фай, науково-фантастичний фільм про зміну клімату	калькування / описовий переклад
124.	KISS	не сприймай близько до серця	приблизний переклад
125.	Gen Z	Покоління Z, Покоління Зет	приблизний переклад
126.	Gen Y	Покоління Y, міленіали	приблизний переклад
127.	aite	гаразд	прямий переклад
128.	hundo P.	(я впевнений) на 100 відсотків	приблизний переклад
129.	chi-chi	1) щось, гарне та стильне, 2) красуня	приблизний переклад
130.	riff-raff	люди або група людей з поганою репутацією	описовий переклад
131.	sus	підозрілий	прямий переклад
132.	sis	сестра	прямий переклад
133.	bro	брат	прямий переклад
134.	fab	приголомшливий	прямий переклад
135.	hood	район	прямий переклад
136.	swipe	свайп	калькування
137.	follower	читачі	еквівалентний відповідник
138.	following	стежать	еквівалентний відповідник

139.	highlight	вибране	приблизний переклад
140.	story	розповідь	прямий переклад
141.	emoji	емодзі, емоджі	калькування
142.	close friends	близькі друзі	прямий переклад
143.	reels	відео Reels	приблизний переклад
144.	profile	профіль	прямий переклад
145.	post	допис	еквівалентний відповідник
146.	to like	уподобати	еквівалентний відповідник
147.	calls	виклики	еквівалентний відповідник
148.	caption	підпис	еквівалентний відповідник
149.	hashtag	хештег	калькування
150.	VSCO girl	дівчина, що багато користується редактором фото VSCO	описовий переклад
151.	E-girl	дівчина, що активно веде Instagram	описовий переклад
152.	Gucci gang	гуччі генг, Gucci Gang	транскодування / пряме включення
153.	Insta girl	дівчина, що активно веде Instagram	описовий переклад
154.	monday face	сумне лице	-приблизний переклад
155.	coffee face	втомлений, сумне лице	приблизний переклад
156.	poker face	беземоційний	приблизний переклад
157.	Saturd-yayyyy	субота, субот-так	прямий переклад
158.	Caturday	котячий четверг	приблизний переклад
159.	Sunday Funday	неділя день для розваг	приблизний переклад
160.	thirsty Thursday	алкогольний четверг	приблизний переклад
161.	nothing really mattress except sleep	немає нічого кращого, ніж лежати на матраці та спати	приблизний переклад
162.	Nama 'stay on the couch	відпочивати на дивані	приблизний переклад
163.	blue-tiful	прекрасний синій	приблизний переклад
164.	YOLO	живемо тільки один раз	еквівалентний відповідник
165.	4 life	на все життя	еквівалентний відповідник
166.	wanderlust	жага до пригод	приблизний переклад
167.	trippin'	дратувати	приблизний переклад
168.	it is a selfie o'clock	час для селфі	прямий переклад
169.	Issa snack	Сізіфова праця	еквівалентний відповідник
170.	on fleek	стильний	приблизний переклад
171.	ecstatic	відчуття повного піднесення та щастя з будь-якої причини	приблизний переклад
172.	bruh	брат	прямий переклад
173.	check	зацініть	еквівалентний відповідник
174.	POV	пов	калькування
175.	IB	ІВ	пряме включення
176.	CEO	СЕО	пряме включення
177.	heather	хізер	транскодифікація
178.	cheugy	щось що вийшло із моди	описовий переклад
179.	Go Little Rockstar	Go Little Rockstar	пряме включення
180.	mood	муд	калькування

181.	goals	ціль на все життя	еквівалентний відповідник
182.	Day 1	день переший	прямий переклад
183.	duet	дуєт	прямий переклад
184.	granola	дуже правильна людина	приблизний переклад
185.	IMO	на мою думку	прямий переклад
186.	MIRL	я в реальному житті	прямий переклад
187.	SMH	несхвалення	приблизний переклад
188.	Caught In 4k	зафіксувати чиюсь реакцію	приблизний переклад
189.	hot girl summer	челендж, що був створений жіночою частиною користувачів TikTok, який направлений на те, щоб провести незабутнє літо : ходити на вечірки, розважатися, доглядати за зовнішністю	описовий переклад
190.	Karen	вимоглива або агресивна жінка	описовий переклад
191.	Sheesh!	шиш!	транскодування
192.	#F4F	підписка за підписку	прямий переклад
193.	#L4L	лайк за лайк	прямий переклад
194.	#WCW	хештег-челендж, публікування фото жінки по середах, як правило, знаменитості, якою захоплюється користувач	описовий переклад
195.	#MCM	хештег-челендж, публікування фото чоловіка по середах, як правило, знаменитості, якою захоплюється користувач	описовий переклад
196.	#TBT	четверг, у який користувачі Instagram діляться старими фотографіями	описовий переклад
197.	#OOTD	аутфіт дня	приблизний переклад
198.	#foodporn	фудпорно	калькування
199.	#NSFR	небезпечно для Рамадану	прямий переклад
200.	#Regram	перепостити щось в Твітер	описовий переклад
201.	#POTD	фото дня	прямий переклад
202.	#Igers	люди, що користуються Instagram	прямий переклад
203.	#GF	глобальна родина	прямий переклад
204.	#Instamood	інстамуд	калькування
205.	#petstagram	інстаграм домашніх тварин	прямий переклад
206.	#AS	короткі відео ролики, що зняті у стилі мультфільмів US Cartoon Network Adult Swim	описовий переклад
207.	affluenza	бажання розбагатіти	приблизний переклад
208.	clique stalking	слідкувати за кимось в Інтернеті	приблизний переклад
209.	facecrook	підписатися у Фейсбук	приблизний переклад
210.	sellebrity	хтось відомий, особливо в індустрії розваг	описовий переклад
211.	silver fox	привабливий чоловік середнього віку	описовий переклад
212.	I just can't Trump today	я не можу нічого не робити сьогодні	приблизний переклад

213.	sheeple	вести себе як всі, не виділятися з натовпу	описовий переклад
214.	diamond hands	золоті руки	еквівалентний відповідник
215.	Bollywood	Боллівуд	калькування
216.	UMBE	приблизно	прямий переклад
217.	bling-bling	багато коштувати про прикраси	описовий переклад
218.	black swan	неочікувана подія	приблизний переклад
219.	babymoon	бейбімун	калькування
220.	to cream	досягати успіхів	приблизний переклад
221.	crikey!	використовується для вираження здивування чи здивування	описовий переклад
222.	cuppa	чашка чаю	прямий переклад
223.	dead	надзвичайно	приблизний переклад
224.	doddle	легке завдання	приблизний переклад
225.	dope	відмінно, чудово	приблизний переклад
226.	dough	гроши	приблизний переклад
227.	yo!	привітання	приблизний переклад
228.	way-out	нетрадиційний	приблизний переклад
229.	waffle	розмовляти безцільно	приблизний переклад
230.	uni	університет	прямий переклад
231.	top	топ	прямий переклад
232.	tommy K	кетчуп	еквівалентний відповідник
233.	tidy	задовільний	приблизний переклад
234.	thang	річ	прямий переклад
235.	techno	різновид електронної танцювальної музики	описовий переклад
236.	tasty	привабливий	приблизний переклад
237.	take the piss	дражнити	еквівалентний відповідний
238.	tag	псевдонім або інший ідентифікаційний знак, який використовується як підпис	описовий переклад
239.	sweet	відмінно	приблизний переклад
240.	swag	друг	приблизний переклад
241.	sup	пити	приблизний переклад
242.	stroppy	поганий характер	приблизний переклад
243.	stewed	п'яний	приблизний переклад
244.	smashing	чудовий	приблизний переклад
245.	slam	агресивний стиль танцю	описовий переклад
246.	sen	себе	приблизний переклад
247.	seen!	зрозуміло	приблизний переклад
248.	scrummy	смачний	приблизний переклад
249.	OMG	Господи!	еквівалентний відповідник
250.	schmooze	говорити по душам	приблизний переклад
251.	scam	обман	прямий переклад
252.	to savvy	говорити	приблизний переклад
253.	sarky	саркастичний	прямий переклад
254.	ripped	дуже п'яний	приблизний переклад
255.	raver	людина, яка часто відвідує рейви або вечірки	описовий переклад
256.	rave	велика вечірка танцювальної	описовий переклад



		музики	
257.	rare	чудовий	прямий переклад
258.	radio rental	божевільний	приблизний переклад
259.	puddled	збентежений	приблизний переклад
260.	pub crawl	вид розваги, відвідувати бари один за другим	описовий переклад
261.	prezzie	подарунок	приблизний переклад
262.	posse	банда або група близьких друзів, зазвичай молодих	описовий переклад
263.	to pop	йти	приблизний переклад
264.	poison dwarf	неприємна, маленька людина.	приблизний переклад
265.	plastic	кредитна карта	
266.	pizzaface	недоглянуте лице, лице з запаленнями	описовий переклад
267.	piss-take	жарт	приблизний переклад
268.	to piss off	набридати	приблизний переклад
269.	to pig-out	обжиратися	приблизний переклад
270.	parky	холодний	приблизний переклад
271.	pal	друг	прямий переклад
272.	OJ	апельсиновий сік	прямий переклад
273.	nuff	достатньо	прямий переклад
274.	nownt	нічого	прямий переклад
275.	nowty	нічого	прямий переклад
276.	nish	нічого	прямий переклад
277.	nettie	туалет	приблизний переклад
278.	mozzy	комар	приблизний переклад
279.	mo	момент	прямий переклад
280.	mega	фантастично	приблизний переклад
281.	Maccy D's	McDonalds	прямий переклад
282.	lurve	любити	приблизний переклад
283.	keep it zipped	видихни та не поспішай	приблизний переклад
284.	ken	знати	приблизний переклад
285.	Jeez!	Господи!	приблизний переклад
286.	jammy	везучий	приблизний переклад
287.	j	косяк	приблизний переклад
288.	ickle	маленький	приблизний переклад
289.	ice	діаманти	приблизний переклад
290.	huff	поганий настрої	приблизний переклад
291.	hottie	сексуальна людина	приблизний переклад
292.	hols	канікули	прямий переклад
293.	ho	дівчина легкої поведінки	еквівалентний відповідник
294.	hit the road	поїхати	приблизний переклад
295.	hangout	місце, для проведення вільного часу	описовий переклад
296.	hack	справитися з чимось	приблизний переклад
297.	graveyard shift	нічна зміна	еквівалентний відповідник
298.	goss	плітка	еквівалентний відповідник
299.	go ballistic	гніватися	приблизний переклад
300.	flop	невдача	приблизний переклад
301.	evils	ненависний погляд	приблизний переклад

302.	donkey's years	давно	приблизний переклад
303.	ASL	вік, стать та розташування	прямий переклад
304.	basic	занудний	приблизний переклад
305.	BTS	корейська музична група	описовий переклад
306.	bussin	круто	
307.	drip	з відчуттям стилю	приблизний переклад
308.	FINSTA	фейковий актаунт в Інстаграм	описовий переклад
309.	fire	круто	приблизний переклад
310.	ISO	в пошуках чогось	приблизний переклад
311.	mid	банальний	приблизний переклад
312.	ship	відносини	приблизний переклад
313.	snack	описує привабливу людину	описовий переклад
314.	thicc	той, хто має привабливе, пишне тіло	описовий переклад
315.	thirsty	той, хто любить бути у центрі уваги	описовий переклад
316.	turnt	бути у гарному настрої	приблизний переклад
317.	V	дуже	приблизний переклад
318.	E-Commerce	е-комерція	прямий переклад
319.	infographic	інфографіка	прямий переклад
320.	advertainment	розважальна реклама	приблизний переклад
321.	freemium	безкоштовний преміум	приблизний переклад
322.	pay-per-click ads	оплата за клік	приблизний переклад
323.	360-degree visibility	можливість бачити з усіх боків	приблизний переклад
324.	bespoke	на замовлення	еквівалентний відповідник
325.	deep dive	заглиблюватися у тему з головою	приблизний переклад
326.	low-hanging fruit	просте завдання	приблизний переклад
327.	martech	маркетингова технологія	прямий переклад
328.	to task	давати завдання	прямий переклад
329.	secret sauce	унікальна користь	приблизний переклад
330.	roadmap	стратегічний план	приблизний переклад
331.	proactive	ініціативний	приблизний переклад
332.	paradigm shift	фундаментальна зміна	приблизний переклад
333.	on the same page	погоджуватися	приблизний переклад
334.	Win-win	всі будуть у плюсі	приблизний переклад
335.	low-hanging fruit	дуже легко	приблизний переклад
336.	good to go	готовий	приблизний переклад
337.	give 110%	більше ніж впевнений	приблизний переклад
338.	ducks in a row	бути готовим	приблизний переклад
339.	corporate culture	корпоративна культура	прямий переклад
340.	aha moment	зрозуміти	еквівалентний відповідник
341.	anni	річниця	еквівалентний відповідник
342.	anti-vaccine	той, хто проти вакцинацій	описовий переклад
343.	cowboyish	нагадує поведінку ковбоя	описовий переклад
344.	doc	документ	описовий переклад
345.	face-lifted	той, хто має хірургічні операції на лиці	описовий переклад
346.	first gentleman	найважливіший або видатний чоловік	приблизний переклад
347.	foreignization	перебування під впливом чи	описовий переклад

		контролем іноземної країни, організації	
348.	hijabi	жінка, що носить хіджаб	описовий переклад
349.	sambo	сендвіч	приблизний переклад
350.	siblinghood	бути братом і сестрою	приблизний переклад
351.	vax	вакцина	прямий переклад
352.	distance marker	спеціальні позначки на підлозі, стінах тощо, щоб полегшити правильне соціальне дистанціювання	описовий переклад
353.	vaccine passport	запис, який засвідчує, що фізична особа була щеплена проти конкретного інфекційного захворювання чи хвороби	описовий переклад
354.	to canoe	подорожувати	приблизний переклад
355.	adorkable	незграбність, що вважається привабливою або милої поведінкою.	описовий переклад
356.	baller	надзвичайний	приблизний переклад
357.	Banh Mi	гострий сендвіч	приблизний переклад
358.	dawn chorus	спів пташок вранці	приблизний переклад
359.	ICYMI	якщо, ти не знав	приблизний переклад
360.	lewk	модний лук	приблизний переклад
361.	greenwashing	екологічно чистий продукт	приблизний переклад
362.	magnet fishing	шукати магнітним апаратом прикраси у воді	описовий переклад
363.	subvariant	підвид чогось	приблизний переклад
364.	mummy	стильна та популярна дівчина	приблизний переклад
365.	Galentine's Day	свято, яке відзначають 13 лютого, як День Дружби	описовий переклад
366.	meatspace	фізичний світ і навколишнє середовище особливо на відміну від віртуального світу кіберпростору	описовий переклад
367.	pumpkin spice	спеції, які використовуються для гарбузового пирога	описовий переклад
368.	shrinkflation	практика зменшення кількості або обсягу товару на одиницю, продовжуючи пропонувати його за тією ж ціною	описовий переклад
369.	janky	поганої якості	приблизний переклад
370.	side hustle	інша робота, окрім основної	описовий переклад
371.	virtue signaling	спроба показати іншим, що ти хороша людина	описовий переклад
372.	yeet	одобрення	приблизний переклад
373.	cyber attack	кібер атака	калькування
374.	copy-pasta	блок тексту, зображення або комбінація вмісту, який було скопійовано та вставлено	описовий переклад
375.	astroturf	використання фальшивих зусиль, які головним чином зосереджені	описовий переклад

		на впливі на громадську думку	
376.	MacGyver	виготовляти, ремонтувати щось руками	описовий переклад
377.	fluffernutter	сендвіч із арахісовим маслом і зефірним кремом	описовий переклад
378.	air fryer	пароварка	еквівалентний відповідник
379.	ghost kitchen	ресторан, який обслуговує клієнтів виключно доставкою	описовий переклад
380.	cloud kitchen	ресторан, який обслуговує клієнтів виключно доставкою	описовий переклад
381.	sponcon	реклама	приблизний переклад
382.	dark kitchen	ресторан, який обслуговує клієнтів виключно доставкою	описовий переклад
383.	otaku	той, хто любить аніме та мангу	описовий переклад
384.	small ball	бейсбол	приблизний переклад
385.	supply chain	управління потоком товарів і послуг	приблизний переклад
386.	WFH	дистанційно працювати	приблизний переклад
387.	contactless	безконтактний	прямий переклад
388.	rapid epidemic curve	прогресування спалаху захворювання	описовий переклад
389.	fan art	арт, створений шанувальниками знаменитості	описовий переклад
390.	body-shaming	бодішейм	калькування
391.	fat-shaming	бодішейм	приблизний переклад
392.	Dark Web	темна сторона Інтернету	
393.	zedonk	гібрид зебри і осла	описовий переклад
394.	boomer	той, хто відстає від новинок та технологій	описовий переклад
395.	snowflake	унікальний	приблизний переклад
396.	peak	пік	прямий переклад
397.	go-cup	кава з собою	приблизний переклад
398.	top surgery	операція зі зміни статі	приблизний переклад
399.	Forehead thermometer	термометр, що міряє температури притуляючи його до лоба	описовий переклад
400.	dad bod	нагадувати батька	приблизний переклад
401.	buzzy	обговорюваний	приблизний переклад
402.	simples	дуже прості речі	прямий переклад
403.	truthiness	відчувати, що щось є правдою	описовий переклад
404.	Microtarget	мікроціль	прямий переклад
405.	sumfin	щось	прямий переклад
406.	summum malum	найбільше зло	приблизний переклад
407.	skin lightener:	освітлювач для шкіри	прямий переклад
408.	steaming	п'яний	приблизний переклад
409.	anchorman	людина, що уособлює стабільність	описовий переклад
410.	angel face	ангельське личико	еквівалентний відповідник
411.	angersome	злий	Приблизний переклад
412.	cockerer	людина, яка заохочує	описовий переклад
413.	fakement	шахрайство	приблизний переклад

414.	faking	шахрайство	приблизний переклад
415.	fakery	шахрайство	приблизний переклад
416.	to loop	ділитися інформацією	приблизний переклад
417.	satrap	гуру	приблизний переклад
418.	simpletonian	не дуже розумна людина	приблизний переклад
419.	hanging	хворий	приблизний переклад
420.	to trim	прикрашати ялинку	приблизний переклад
421.	a little something-something	щось приємне	описовий переклад
422.	food bank	некомерційна організація, яка збирає пожертвувану їжу та роздає її нужденним	описовий переклад
423.	tent city	місце з палатками для безхатніх людей	описовий переклад
424.	latinx	латиноамериканка, латиноамериканець	прямий переклад
425.	TL	дуже довго	приблизний переклад
426.	DR	непрочитаний	приблизний переклад
427.	portmanteau	велика валіза	приблизний переклад
428.	hophead	залежний від наркотиків	приблизний переклад
429.	mocktail	безалкогольний коктейль	приблизний переклад
430.	mise en place	процес підготування інгредієнтів перед готуванням страви	описовий переклад
431.	gochujang	гостра корейська паста	описовий переклад
432.	iftar	іфтар	транскодування
433.	self-harm	навмисно завдавати собі шкоди	приблизний переклад
434.	guac	гуакамолє	прямий переклад
435.	avo	авокадо	прямий переклад
436.	zuke	цукіні	прямий переклад
437.	rando	рандомна людина	приблизний переклад
438.	adorbs	чарівні	прямий переклад
439.	frenetic	тривожна активність	приблизний переклад
440.	frenzied	тривожна активність	приблизний переклад
441.	perseverance	наполегливість для досягнення мети	описовий переклад
442.	adulging	дорослішати	приблизний переклад
443.	awe walk	прогулянка, де можна милуватися чимось	описовий переклад
444.	doomscrolling	надто багато листати сторінку в соціальних мережах і не робити нічого іншого, тобто деградувати	описовий переклад
445.	PPE	засоби індивідуального захисту	приблизний переклад
446.	11:11	загадати бажання	приблизний переклад
447.	ACC	насправді	приблизний переклад
448.	ALT	альтернатива	прямий переклад
449.	ATM	зараз	приблизний переклад
450.	BBY	бейбі	транскодування
451.	Bet	гаразд	приблизний переклад
452.	BFs	найкращі друзі	прямий переклад
453.	Catsnap	снеп кота	приблизний переклад

454.	D8	побачення	прямий переклад
455.	F&A	навіки разом	приблизний переклад
456.	Fosho	звісно	приблизний переклад
457.	FT	фейс тайм	транскодування
458.	GC	груповий чат	прямий переклад
459.	GN	надобраніч	прямий переклад
460.	Hub	чоловік	прямий переклад
461.	Hum	щось, що смердить	описовий переклад
462.	IBF	найкращі друзі в Інтернеті	приблизний переклад
463.	IDK	я не знаю	прямий переклад
464.	sick	круто!	приблизний переклад
465.	slay	модний	приблизний переклад
466.	on point	бути на висоті, доречний	еквівалентний відповідник
467.	obvi	очевидно	прямий переклад
468.	zero chill	займатися нудними справами	приблизний переклад
469.	to throw shade	глянути з під лоба	еквівалентний відповідник
470.	It slaps	круто!	приблизний переклад
471.	to glow up	стати красивішим, коли дорослішаєш	описовий переклад
472.	to oop	очманіти	приблизний переклад
473.	savage	хоробрий	приблизний переклад
474.	same	я погоджуюсь	приблизний переклад
475.	I'm dead	я помираю від сміху	еквівалентний відповідник
476.	woke	соціально свідомий	приблизний переклад
477.	Ok, boomer	окей, бумер	прямий переклад
478.	to cap	брехати	приблизний переклад
479.	aesthetic	естетика	прямий переклад
480.	bop	прикольна пісня	приблизний переклад
481.	finesse	ідеально щось зробити	описовий переклад
482.	bougie	балуваний розкішшю	приблизний переклад
483.	clapback	вертатися	приблизний переклад
484.	igging	ігнорувати	приблизний переклад
485.	jocking	копіювати когось у всьому	описовий переклад
486.	to curve	відшити	еквівалентний відповідник
487.	wildin'	смішно	приблизний переклад
488.	keep it 100	дивитися правді в очі	еквівалентний відповідник
489.	to flex	вихвалитися	приблизний переклад
490.	hypebeast	на стилі	еквівалентний відповідник
491.	to catch feels	закохуватися	приблизний переклад
492.	squad	компанія друзів	еквівалентний відповідник
493.	weak	смішний	приблизний переклад
494.	moonin'	не турбувати	приблизний переклад
495.	to skurt	покинути	приблизний переклад
496.	thicc	чіка	еквівалентний відповідник
497.	catfish	той, хто видає себе за іншу людину	описовий переклад
498.	Juul	джул	транскодування
499.	Netflix and chill	відпочивати і дивитися Нетфлікс	приблизний переклад
500.	to hook up	клеїтися до когось	еквівалентний відповідник



## Отчет о проверке на заимствования №1



Автор: Бигун Татьяна  
Проверяющий: Бигун Татьяна

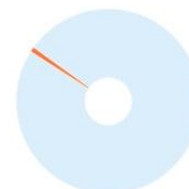
Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - <http://users.antiplagiat.ru>

### ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 1  
Начало загрузки: 30.11.2022 18:37:06  
Длительность загрузки: 00:00:04  
Имя исходного файла:  
Бигун\_маг.дипл.робота - копія.pdf  
Название документа: Бигун\_маг.дипл.робота - копія  
Размер текста: 190 кБ  
Символов в тексте: 194950  
Слов в тексте: 24622  
Число предложений: 1339

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Начало проверки: 30.11.2022 18:37:12  
Длительность проверки: 00:00:07  
Комментарии: не указано  
Модули поиска: Интернет Free



ЗАИМСТВОВАНИЯ  
0,23%

САМОЦИТИРОВАНИЯ  
0%

ЦИТИРОВАНИЯ  
0%

ОРИГИНАЛЬНОСТЬ  
99,77%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.  
Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.  
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.  
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.  
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.  
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которому шла проверка, по отношению к общему объему документа.  
Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа. Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Источник	Актуален на	Модуль поиска	Комментарии
[01]	0,23%	Абламская Е.В..... 7 <a href="http://xn--e1aa1fpcds8ay4h.com.ua">http://xn--e1aa1fpcds8ay4h.com.ua</a>	21 Фев 2020	Интернет Free	
[02]	0%	Філологічні науки (3/3) <a href="http://chnu.edu.ua">http://chnu.edu.ua</a>	25 Мая 2018	Интернет Free	Источник исключен. Причина: Маленький процент пересечения.
[03]	0%	Українська неологія: здобутки та перспективи <a href="http://lib.chdu.edu.ua">http://lib.chdu.edu.ua</a>	31 Окт 2017	Интернет Free	Источник исключен. Причина: Маленький процент пересечения.

Еще источников: 1  
Еще заимствований: 0%