

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____Л. Г. Буданова
«__»_____2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

**ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ (ПЕРЕКЛАД
ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»**

**Тема: *НЕОЛОГІЗМИ ЯК МОВНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ РОСІЙСЬКО-
УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ У СУЧАСНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ:
ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ***

Виконавець: студентка групи ФЛ-201 «М» ВОРОбЙОВА ВАЛЕРІЯ ЄВГЕНІВНА

Керівник: канд. філол. наук, доцент ЄНЧЕВА ГАЛИНА ГРИГОРІВНА

Нормоконтролер: _____ (Кондратенко Юлія Вікторівна)

Київ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій

Кафедра англійської філології і перекладу

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____Л.Г. Буданова

«_____»_____2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Воробйової Валерії Євгенівни

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи: Неологізми як мовне відображення російсько-української війни у сучасних медійних текстах: перекладознавчий аспект

затверджена наказом ректора від «_____»_____2023 р. №_____

2. Термін виконання роботи: з _____ по _____

3. Вихідні дані роботи: Збір та відбір медійних текстів, пов'язаних з російсько-українською війною. Виокремлення неологізмів у цих текстах. Аналіз та класифікація неологізмів за їхнім мовним походженням та функціональними особливостями. Вивчення особливостей перекладу неологізмів з російської на українську мову та навпаки. Аналіз впливу перекладу на мовну рецепцію неологізмів у медійних текстах. Порівняння мовної динаміки неологізмів у іншомовних та українському медійних текстах.

4. Зміст роботи: Розділ 1. Теоретико-методологічна база дослідження неологізмів як мовного та культурного феномену. Розділ 2. Методологічні засади дослідження перекладу неологізмів у мові друкованих ЗМІ. Розділ 3. Специфіка перекладу інноваційних лексем російсько-української війни у друкованих ЗМІ.

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Додаток А: Методологічні засади дослідження перекладу неологізмів у мові друкованих ЗМІ. Додаток Б: Українські новоутворення, які використовуються для опису російського впливу під час агресії у лютому 2022 року. Додаток В: Аналіз найбільш вживаних слів, в тому числі й неологізмів під час промов Президента України Володимира

Зеленського (з 24 лютого 2022-14 лютого 2023). Додаток Г: Соціологічне опитування серед військовослужбовців та громадян України щодо найпопулярніших неологізмів у їх щоденному застосуванні. Додаток І: Соціологічне опитування серед військовослужбовців та громадян України щодо найпопулярніших неологізмів у їх щоденному застосуванні. Додаток Д: Проаналізована стаття на веб-сайті “The Guardian” (від 27 грудня 2022 року), присвячена новому лексикону, який виник у зв'язку з війною в Україні.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Підготувати та узгодити розширений план-конспект дипломної роботи.	до 16.10	
2	Підготувати чорновий варіант роботи	до 20.11	
3	Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи.	до 27.11	
4	Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування.	до 04.12	
5	Подати роботу до комісії з попереднього захисту дипломних робіт.	до 11.12	
6	Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру.	за тиждень до початку роботи ЕК	

7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

Назва розділу	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: « _____ » _____ 2023 р.

Керівник дипломної роботи _____ Єнчева Г.Г.

Завдання прийняв до виконання _____ Воробйова В.Є.

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: «НЕОЛОГІЗМИ ЯК МОВНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ У СУЧАСНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ: ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ»: 104 с., 3 табл., 4 графіки, 105 літературне джерело.

Об'єкт дослідження: виступають неологізми, які виникли внаслідок російсько-української війни у сучасних медійних текстах.

Мета роботи є дослідження лінгвокультурних та лексико-семантичних особливостей неологізмів як мовного відображення російсько-української війни у сучасних медійних текстах у перекладацькому аспекті.

Методи дослідження: описовий метод, метод суцільної вибірки, типологічний метод, метод класифікації понять, зіставний метод, метод індукції та дедукції, метод лінгвістичного та перекладацького аналізу, метод кількісних підрахунків.

Результати магістерської роботи рекомендується використовувати передусім для спеціальних цілей, а саме: під час укладання навчальних посібників та інших методичних матеріалів, у викладенні теоретичних курсів зіставного мовознавства, при проведенні занять з практики перекладу

НЕОЛОГІЗМИ, РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА, МОВНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ, СУЧАСНІ МЕДІЙНІ ТЕКСТИ, ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ, МОВНА ІННОВАЦІЯ, ЛЕКСИЧНИЙ СКЛАД МОВИ, ЛЕКСИЧНА АДАПТАЦІЯ, ТЕРМІНОЛОГІЯ ВІЙНИ, КОНФЛІКТНА КОМУНІКАЦІЯ.

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теоретико-методологічна база дослідження неологізмів як мовного та культурного феномену	8
1.1. Неологізми: сутність, визначення, принципи класифікації.....	8
1.2. Структурні особливості неологізмів в медіатекстах	14
1.3. Функціонування інноваційної лексики в ЗМІ з погляду мовної культури..	21
Розділ 2. Методологічні засади дослідження перекладу неологізмів у медійному тексті	26
2.1. Еквівалентність та адекватність перекладу неологізмів у медійному тексті	26
2.2. Креативність як важлива складова перекладу неологізмів	32
2.3. Методи та критерії відбору матеріалів дослідження.....	37
2.4. Методика контент-аналізу перекладу неологізмів у медійному тексті.....	40
Розділ 3. Лінгвокультурні та психолінгвістичні особливості перекладу інноваційних лексем російсько-української війни у медійному тексті	43
3.1. Неологізми російсько-української війни: генеза та теорії тлумачення.....	43
3.1.1. Теорії походження та тлумачення неологізмів воєнного часу: лінгвістично-культурний аналіз	43
3.1.2. Семантична та словотвірна деривації як основні способи утворення нових лексичних одиниць російсько-української війни	46
3.2. Психолінгвістичні особливості та проблеми перекладу неологізмів у медійному тексті.....	48
3.2.1. Контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни в українських медійних текстах	49
3.2.2. Контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни у зарубіжних медійних текстах	63
3.3. Роль неологізмів у реалізації інформаційно-психологічних спеціальних операцій (ІПСО): перекладознавчий аналіз на матеріалі українських та зарубіжних медійних текстів	67
Висновки	78
Список використаних джерел	85
Додатки	96
Додаток А.....	97
Додаток Б	98
Додаток В.....	99
Додаток Г	100
Додаток Ґ.....	100
Додаток Д	101
Додаток Е	101

ВСТУП

За останні роки російсько-українська війна стала однією з найбільш актуальних тем для українського Інтернет-простору та світу. Інфопростір наповнений новинами, репортажами, коментарями та аналітичними матеріалами, де значну частину складають терміни, які були створені або поширені у зв'язку з російсько-українським конфліктом. Враховуючи значну кількість неологізмів, пов'язаних з російсько-українською війною, метою дипломної роботи є аналіз неологізмів у медійному тексті як мовного відображення конфлікту. У роботі буде розглянуто процес створення неологізмів та їх роль у мовному відображенні російсько-української війни, а також буде досліджено використання неологізмів у медійному тексті та їх вплив на сприйняття інформації під час війни за незалежність України 2014-2023 років.

Комунікативні процеси людського спілкування мають вагоме значення для сучасності, і становлять важливу сторону життєдіяльності людства. Специфіка перекладу є повною відповідністю заміни тексту оригіналу текстом перекладу. Адекватний переклад тексту мовою перекладу – це процес, який представляє низку перекладацьких труднощів, які виникають перед перекладачем під час перекладу. Важливо зазначити те, що лінгвісти та теоретики приділяють увагу адекватності перекладу, вивчаючи особливості семантичних структур. Лексичний склад будь-якої мови є найважливішою підсистемою, яка вказує на прогресивність та зміну мови (життя суспільства, культура, світогляд, тощо).

Українці з давніх-давен відстоювали право мати свою державну мову без жодних нав'язувань з будь-якого боку інших культурних цінностей. Не завжди правда була на стороні українського народу, проте, попри всі баталії за незалежність України протягом багатьох століть ми вибороли право говорити своєю мовою, бути вільними у думках та діях. Українська мова розвивалась та розвивається під різними історичними подіями революцій, державних переворотів, війн і тощо, було і знищення української літератури та ідентичності, був український терор у 1930-х роках, рух шестидесятників, але попри всі бажання наших ворогів захопити та скорити Україну, український народ та мову – ми залишаємось непереможеними.

Мова є одним із найважливіших чинників мотивації народу щодо знищення ворога не тільки на полі бою, а й в інформаційних ресурсах, адже наші Збройні Сили України та увесь народ розуміє, що ми відстоюємо – нашу національну ідентичність. Тому звертаємо вашу увагу на той факт, що як суспільне явище, мова виникає, розвивається, живе, функціонує в суспільстві та слугує для його потреб [19, с. 73].

Українська мова є важливим аспектом нашого спільного культурного спадку. Це та мова, якою ми вперше вивчали поезії Тараса Шевченка та читали вірші Василя Симоненка. Українська мова відображає нашу історію, наше сприйняття світу та наші почуття, і вона стала свідком важливих подій у житті кожного з нас. Однак, вона також може бути складною та вимагати ретельного вивчення.

Мовна система містить численні аспекти, такі як винятки, сленгові вирази, русизми та неологізми. Ці елементи розширюють та збагачують мовлення, однак вони також можуть створювати певні виклики для вивчення та користування мовою. Фразеологізми, прислів'я та неологізми є важливими компонентами української мови, і їхнє вивчення є ключовим для збереження та розвитку мовного спадку.

Зокрема, під час російської збройної агресії проти України, виникає необхідність розглядати неологізми як мовні відображення подій у медійних текстах. Вони стають важливими, оскільки відображають актуальні події та нові явища, що мають велике значення для суспільства.

Дослідження неологізмів вже привертало увагу багатьох українських науковців, і це важливий крок у збагаченні та збереженні української мови. Спроби класифікувати неологізми робили такі вчені, як О. А. Сербенська [6], О. А. Стишов [72], Ж. В. Колоїз [19] і О. А. Ясинецька [36], О. Потебня [27], О. Кабиш [16], Л. Підкамінна [26], О. Муромцева [25], М. Жулінська [82], Н. Тимощук [83], О. Кирилюк [84] свідчать про актуальність цього питання у науковій спільноті.

Вивчення неологізмів є неоднозначним розділом у філологічній діяльності, адже не одразу можна визначити місце неологізмів у мові або їх типологію. Новотвори не є повністю дослідженою темою у сфері лінгвістики, а особливо потребує пильної уваги зі сторони лінгвістів та теоретиків під час російсько-української війни.

Неологізми, які виникли під час війни, є результатом потреби в нових термінах та виразах для позначення нових явищ та подій [73, с. 117]. Вони відображають не лише мовний аспект російсько-української війни, а й соціально-політичний та культурний контекст, в якому вона відбувається.

Актуальність теми дослідження зумовлено необхідністю вивчення особливостей перекладу неологізмів із урахуванням соціально-психологічного контексту їхньої появи у медійному тексті та соціальних і політичних змін в Україні під час російсько-української війни.

Метою дипломної роботи: є дослідження лінгвокультурних та лексико-семантичних особливостей неологізмів як мовного відображення російсько-української війни у сучасних медійних текстах у перекладацькому та психолінгвістичному аспекті.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань:**

- 1) розкрити поняття «неологізм» в лінгвокультурному аспекті;
- 2) охарактеризувати роль функціонування неологізмів у сучасних медійних текстах з погляду мовної культури;
- 3) описати структурно-семантичні особливості неологізмів у медіатекстах;
- 4) означити психолінгвістичні критерії адекватності перекладу неологізмів медійних текстів;
- 5) здійснити перекладознавчий аналіз неологізмів медійного тексту із урахуванням їхньої значущості у реалізації інформаційно-психологічних спеціальних операцій.

Об'єкт дослідження виступають неологізми, які виникли внаслідок російсько-української війни у сучасних медійних текстах.

Предметом дослідження є лінгвокультурна специфіка функціонування та перекладу неологізмів у сучасних медіатекстах.

Матеріалом дослідження слугували новостворені лексичні одиниці медійного дискурсу, що були визначені за допомогою методу суцільної вибірки з текстів українськомовних та англomовних версій онлайн-медіа, спеціалізованих зарубіжних Інтернет джерел, авторських блогів і статей.

Період вибірки мовного матеріалу охоплює період російсько-української війни з лютого 2022 року. Вибір типу дискурсу обумовлений наявністю у ньому суспільно-політичної лексики, а також тим, що мова медійного дискурсу відтворює саме «живу» розмовну мову.

Методи дослідження – основними методами, що використовувалися, були *емпіричне спостереження, індукція, порівняння, описовий аналіз та узагальнення*. *Емпіричне спостереження* було спрямоване на цілеспрямоване сприйняття інноваційної лексики з метою виокремлення лексичних одиниць, що мають відношення до об'єкту дослідження. Результати попереднього *емпіричного спостереження* були узагальнені за допомогою індукції. Методи індуктивного та дедуктивного протиставлення дослідження здійснюється на основі сутності об'єкта, який досліджують та фактами, якими виступають емпіричний матеріал (*загальнонауковий метод*). Також застосовуються такі *загальнонаукові методи*: синтез, спостереження, метод суцільної вибірки.

Спеціальні методи: Встановлення спільного та відмінного в структурі побудови неологізмів в українській та англійській мовах завдяки *зіставному аспекту*. *Описовий метод* надає можливість зробити загальний вибір матеріалу для дослідження неологізмів за допомогою класифікації критерій. Також на нашу думку, дослідження неологізмів має домінуючу мовну парадигму, а саме *функціональний метод*, що допомагає лінгвістам передбачити мову в дії (*методика дискурсу, прагматичного аналізу, конверсійного аналізу* тощо). *Інтерпретаційно-аналітичний метод* із поєднанням синтезу та аналізу, *морфемний аналіз* за допомогою якого виявлено низку неологізмів, *перекладознавчий аналіз* як сукупність критеріїв для визначення відповідності між зіставляваними лексичними одиницями. Застосовується аналіз словникових дефініцій, лексикографічний та компонентний аналізи.

Наукова новизна отриманих результатів визначається тим, що у роботі вперше: 1) *проаналізовано* функціонування неологізмів воєнного часу у медійному тексті шляхом зіставлення двох мов (українська та англійська); 2) *визначено* спільні та відмінні риси у створенні неологізмів сучасних української та англійської мов під час російсько-української війни; 3) *схарактеризовано* трансляторні рішення

перекладу таких неологічних одиниць із урахуванням мовних, культурологічних та психолінгвістичних чинників перекладності.

Практичне значення отриманих результатів визначається тим, що отримані результати можуть бути використані у галузі порівняльної лексикології англійської та української мов, оскільки мають важливе практичне застосування і можуть бути використані для розробки навчальних посібників та методичних матеріалів.

Практичне застосування отриманих результатів також охоплює проведення занять з практики перекладу та надасть рекомендації щодо покращення якості перекладів медійних текстів в українсько-англійському напрямку перекладу.

Особистий внесок. Робота є самостійним дослідженням. Висновки та елементи наукової новизни отримані автором самостійно.

Апробація отриманих результатів. Результати дослідження доповідались на XXIII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки. Гуманітарні науки» (2023 рік).

Публікації за темою дослідження:

1) Воробйова В.Є., Єнчева Г.Г. Функціонування мовної лексики в ЗМІ з мовного погляду культури // ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки. Гуманітарні науки: Національний авіаційний університет. – К.: НАУ, 2023. – 403 с.

2) Воробйова В.Є., Єнчева Г.Г. Контент-аналіз перекладу інноваційних лексем російсько-української війни в друкованих ЗМІ. Тези доповідей всеукраїнської заочної науково-методичної конференції «Методика та специфіка викладання іноземних мов у закладах вищої освіти». – Х.: Міністерство внутрішніх справ України. Національна академія гвардії України, 2023. – С. 59 – 65.

3) Воробйова В.Є., Єнчева Г.Г. Неологізми та ППСО: психологічні технології інформаційного протиборства на матеріалі українських та зарубіжних друкованих ЗМІ. Науковий семінар Харківського національного університету повітряних сил імені Івана Кожедуба «Інформаційне протиборство в умовах російсько-української війни», 2023. – 233 с.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ ЯК МОВНОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ

1.1. Неологізми: сутність, визначення, принципи класифікації

Лексичний склад мовлення безперервно оновлюється у контексті постійних змін та перетворювань. Одним із найважливіших чинників для розвитку та становлення мови у нескінченному потоці новоутворень є середовище, яке продукує та забезпечує появу неологізмів в епоху інформаційного суспільства. Для того, щоб світ пізнав та адаптував нове слово повинні існувати сприятливі умови для цього, а саме: процес розуміння світу, реформування суспільного устрою, поява нових концепцій, щоденний технологічний прогрес. Нові словникові одиниці є важливим фактором для формування нового реєстру мовлення, різноманітних концептів у філології, визначення типології словників для усвідомлення людей, що у світі сучасних перетворень з'являються безліч неологізмів. На превеликий жаль, теорія англійської мови, що вивчає появу неологізмів ще не сформувалася до кінця як самостійний розділ лексикології. Тому англійські лінгвісти та практики не лише відкривають нові слова, а й вивчають їхню природу, походження та функції.

Вивчення неологізмів в аспекті філологічного аналізу завжди було актуальним та набирало широкого розголосу серед мовознавців. Неологізми або новотвори є загальноприйнятими новими лексемами, які мають свій колорит та характер. Новотвори відносяться до пасивної лексики, проте, завдяки своїй оригінальності можуть з легкістю запам'ятовуватись та використовуватись у повсякденному житті. Важливо зазначити те, що латина, давньогрецька, давньоскадинавська, єгипеська мови та санскрипт не мають у своєму вокабулярі неологізми, адже їх термінологічний словник не поповнюється. Неологізмом називають ту неолексему, яка з'явилась внаслідок різних чинників, наприклад: швидкий прогрес технологій, сфера взаємовідносин і т.д. Новаторство термінологічна одиниця втрачає тоді, коли вона вже стає частиною вжитку у щоденній рутині мовця, і в результаті, ця одиниця переходить у категорію загальноновживаних слів.

Словник мови оновлюється з такою швидкістю, що люди не завжди встигають підхоплювати новий або «трендовий» сленгізм та неологізм. Оновленням та розвитком мови відбувається саме таким шляхом, як описано вище, але чи завжди це є корисним для мови?

На наш погляд, з теоретичної точки зору важливо зазначити, що вивчення неомінацій носить назву «неологія». Неологія – це наука, яка вивчає появу та становлення неосемантів у мовній площині. Вивчення неосемантів датується із середини 20-го століття, а певного розквіту ця наука здобула у 21 столітті внаслідок появи техногенного прогресу, який спричинив інтенсифікацію появи нових неолексем у всьому світі. Дослідники запропонували свій еквівалент щодо появи неовербів, що доцільно описує швидкий стрибок у розрізі глобалізаційного світу, а саме «неологічний бум». Термін «інновації» відображає поняття нових явищ у мові, які появляються через розвиток технологій та зміни у суспільстві. Ці нововведення можуть з'являтися у формі нових слів, зміни значень існуючих слів, створення нових граматичних форм тощо [9, с. 9]. Науково-технічний прогрес тісно пов'язаний із створенням нових слів під тиском інновацій. Зміни в суспільстві, що відображуються у суспільно-політичному аспекті, визначили подальшу роль впливу новотворів на сучасне суспільство у різні епохальні періоди, наприклад: *маркет, опції, відсоток, слухавка, леговище, прем'єр-міністр, світлина, менеджмент, флешка, Інтернет, флорист* і т.д.

Термін «неологізм» в англійській мові з'явився у 1772 році, проте слово «неологізм» датується 1735 роком у французькій мові, що має наступне пояснення: «використання нових слів, інновацій у мові» або також «нове слово або вираз». Також є і інші припущення щодо появи терміну «неологія», науковці вважають, що у мовозначному суспільстві термін «неологія» виник та був започаткований у 1801 році французьким письменником та драматургом Л. Мерсьє. Необхідно підкреслити, що українська неологія виникла як самостійна наука у 20-х роках 20 століття, а розквіту набула у 60-х роках, а також у 21 столітті. У результаті бурхливого розвитку неології з'явилась нова наука неографія – наука, яка вивчає письмо нового часу.

Українські мовознавці О. Стишов та Ж. Колоїз акцентували увагу, що українська неологія як галузь лінгвістики перебуває у процесі остаточного становлення і свідченням цього є відсутність єдиної та чіткої термінологічної назви одиниці інновації, яка поки що має низку синонімічних номінацій: неологізм, інновація, новотвір, неосемант, новація, неотвір, нова номінація, неонімінація, нове найменування, нововведення, неоверб та ін. [16, с. 30]. Для того, щоб мати загальне уявлення визначення поняття «неологізм» треба розглянути різні думки та формулювання представленого терміну з різних боків, наприклад: «слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також okazіоналізми (індивідуально-авторські новації [34]), використані одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті; новизну цих номінацій ще усвідомлюють мовці; вони належать до пасивного шару лексики» [16, с. 32]. На відміну від okazіоналізмів, неологізми стають фактами мови після багаторазового використання, поширення й закріплення в узусі [22, с. 73].

Варто підкреслити, що у визначенні сутності цього лінгвістичного поняття поєднано дві складові: об'єктивну (час появи, прикріплення до певних часових меж) та суб'єктивну (психологічне відчуття новизни) [24, с. 39]. Зокрема, на думку Б. Кемада: «Мова, яка не знає жодної форми неології, уже була б мертвою мовою, і не можна заперечувати, що історія всіх наших мов – це, коротше, лише історія їх неології» [39, с. 175]. Акцент на тому, що неологізм позначає нову реалію робить Г. Вокальчук. Вона стверджує, що «неологізми – це слова або мовні звороти, створені для позначення нового предмета, явища чи вираження нового поняття [5, с. 24].

Дослідник Ю. А. Зацний зауважує, що неологізми «створені для позначення нового (раніше невідомого) предмета або для вираження нового поняття, не можна вважати вичерпним, оскільки воно не включає всі різновиди інновацій [15, с. 5].

Отже, зі сказаного вище випливає те, що впровадження неосемантів є важливим чинником розвитку мови, можливо не завжди й в позитивному аспекті, проте саме це робить мову живою та сучасною.

Варто зазначити, що неологізми ставали об'єктом досліджень великого кола українських лінгвістів, а саме: О. Потебні, О. Муромцевої, А. Нелюби, К. Городенської, Є. Карпіловської, та С. Лук'яненка, М. Жулінська [14], Н. Тимошук [16], Т. Товкайло та Л. Довбня [24], новотвори військового дискурсу 2013-2015 років вивчала О. Кирилюк [18], а мовні інновації російсько-української війни досліджувала філологиня С. Гриценко [12]. Також автор праць із лексикології та лексикографії української мови, мовної семантики, з питань загального мовознавства та соціолінгвістики О.О. Тарасенко запропонував свою інтерпретацію поняття «неологізм» у першій енциклопедії, яка присвячена українській мові. О.О. Тарасенко вважає, що: «Неологізм – це слово, а також його окреме значення, вислів, які з'явилися в мові на даному етапі її розвитку і новизна яких усвідомлюється мовцями (загальномовні неологізми) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора (стилістичні, або індивідуально-авторські неологізми)» [45].

Як стверджує Ж. Колоїз, okazіоналізми є прототипами кожного загальномовного неологізму, першим кроком функціонування в мові, бо все нове під час свого народження є випадковим, створюється не всіма носіями мови одночасно, а окремим індивідом. Вона визначає okazіоналізми як щойно створені неологізми, що вийшли за межу конкретної мовленнєвої ситуації, і додає, що вони можуть закріпитися в мові після їх фіксації в наукових статтях, словниках неологізмів, і в подальшому в тлумачних словниках [19, с. 39]. Також Ж. Колоїз звертає нашу увагу, що означений термін в україністиці використовують для номінації сукупності неологізмів, які вивчаються здебільшого у контексті загальних словотвірних, лексико-семантичних та стилістичних тенденцій розвитку [17, с. 58].

За визначенням О. Стишова, неологія (неологіка) це наука про неологізми, у сферу діяльності якої входить виявлення нових слів та значень, аналіз факторів їх появи, вивчення засобів утворення. Науковець виокремлює три аспекти, де неологізми застосовуються у наш час, а саме:

- 1) розділ мовознавства, що вивчає різні типи okazіоналізмів та їх застосування;
- 2) утворення неологізмів у мовному середовищі;
- 3) увесь корпус неологізмів на певному етапі розвитку мови [30, с. 30].

Мовознавці довго дискутували над темою семантики, що дало поштовх для утворення класифікації неосемантів. Нижче ми наведемо декілька варіантів прийнятої класифікації неологізмів у наукових колах лінгвістів:

1) власне неологізми – лексеми, які є відносно недавніми новими словами за формою і змістом, в основу утворення лежать інтернаціоналізми, наприклад: *безхатченко, корупціонер, файл, принтер, приватизація, сублізинг, сиквел, угі* тощо;

2) новоутворення – мовні одиниці, які спроектовані за словотвірними моделями, які є в українській мові, такі слова мають новизну не тільки форми, а й значення. Для маркованості мови новоутворення є корисними, адже описують явищі, дії, стани, предмети та інше: *скримзити, меркельничати, засмомбований, грексити, запійний перегляд, надздібніст, одрук, людомор, поморівок* тощо;

3) трансформації – лексеми, у яких новоутворення взаємодіє із семантикою, що інтерпретувалась лексичними засобами до цього (перестановка, додавання, опущення, контекстуальні заміни тощо);

4) семантичні неологізми – термінологічні лексеми, у яких неологізм зображується денотатом, який є загальноприйнятий у мовному середовищі, іншими словами, це є причиною виникнення лексико-семантичного видозміни: *беркутівець, унсовець, посадовець, білобратчик, тіньовик, грошопровід, українськість, кравчучка, гауляйтер, колорад, косметика* тощо;

5) функційні неологізми – відроджені слова і вислови з минулого, частина з яких зазнала семантичної і стилістичної модифікацій: *томос, наразі, волонтер, кайданки, навзаєм, вікаріатство, сухота* та інші [29, с. 46–52].

У мовознавчій літературі усталеним є поділ неологізмів на загальномовні – це новітні лексичні одиниці, що виникли для позначення сучасних реалій, та індивідуально-авторські, або okazіоналізми, – стилістично марковані лексеми, створені письменниками чи публіцистами й зафіксовані в конкретних текстах.

О. Стишов виокремлює мас-медійні okazіоналізми та камерні неологізми – слова, відомі лише особам певного соціального об'єднання, колективу.

Здебільшого принципи класифікації неологізмів можуть бути різними, але одним з основних підходів можна розділити на такі категорії:

- 1) Неологізми-новотвори – це слова, які створюються за допомогою морфем та інших лексичних одиниць.
- 2) Семантичні неологізми – це слова, які отримують нове значення в результаті зміни суспільних уявлень та потреб [5, с. 273].
- 3) Лексичні запозичення – це слова, які запозичуються з інших мов або вживаються з інших мов з новим значенням [33, с. 194].
- 4) Архаїзми – це слова, які набувають популярності після тривалої відсутності у мові.

Аналізуючи увесь зібраний матеріал, можна виокремити основні критерії та роль неологізмів у сучасному світі. Поява нових слів є необхідним у процесі розвитку мови, науки і технологій. Неологізми допомагають використовувати мову більш точно, зберігаючи час у комунікації. Нові слова можуть створювати зручні терміни для розмови про складні процеси або речі, які раніше були складними для назви або опису. Також неологізми можуть використовуватися як засіб підвищення естетичної цінності мови. Вони дозволяють вживати мову у творчому, експериментальному режимі та розширюють можливості мовного застосування.

Отже, неологізми є невід'ємною складовою сучасної мовної практики та говорять про живий та зростаючий характер мови. Вони допомагають висловлювати нові ідеї, точно визначати поняття, розширювати мовні можливості та збільшувати естетичну цінність мови. Перед нами завдання зробити вивчення та розвиток неологізмів більш усвідомленими та балансованими, зберігаючи при цьому мовну культуру та вимоги до чіткості та зрозумілості мовлення. Таким чином, неологізми відкривають багато можливостей у мовному вираженні та розвитку мови в цілому.

1.2. Структурні особливості неологізмів в медіатекстах

Неологізми в медіатекстах мають свої структурні особливості, які залежать від специфіки тематики, жанру та мовних уподобань авторів. Використання неологізмів у медіатекстах стає все більш поширеним у останні роки. Новостворені слова часто відображають нові тенденції або розвиток у різних галузях та можуть слугувати засобом вираження складних ідей лаконічним способом. Важливо окреслити те, що іншомовні входження постійно перебувають у полі зору українських і зарубіжних лінгвістів: лексико-семантичне освоєння (Б.М. Ажнюк, С.П. Денисова, М.І. Навальна, Ю.А. Зацний, І.М. Каминін, Н.А. Ясинецька, О.В. Слаба, Т.М. Полякова, П. Мариненко, Л.П. Крисін, О.І. Дьяков, В.М. Аристова, М.А. Брейтер, М.С. Селіванова, С.В. Воробйова, О.М. Булика, О. Мартінцова, О.В. Розен, В. Янг та ін.), тематичні групи (М.І. Агапоненко, Н.О. Попова, В.П. Сімонок та ін.), функціонування і стилістичні особливості (О.М. Лапінська, Т.С. Майструк, Т.М. Рудакова, Н.В. Гудима, Я.В. Битківська, М.В. Бондар, Ю.О. Сцепанчук та ін.), словотвірний потенціал та адаптація (І.М. Кочан, Л.П. Кислюк, І.М. Каминін, Д.В. Мазурик, Л.М. Архипенко, О.С. Дьолог, Я.А. Голдованський та ін.), як бачимо філологічне питання щодо перекладу неологізмів є популярним та комплексним.

В. Т. Бусел стверджує, що «ознакою неологізму є абсолютна новизна слова для більшості носіїв мови. Як тільки слово починають активно вживати, воно втрачає ознаку новизни й стає загальноновживаним. Поняття неологізму мінливе в часі, а, отже, відносне. Неологізмом слово залишається доти, доки в ньому відчують новизну» [3, с. 20].

Структурні особливості неологізмів у медіатекстах варто розглянути для кращого розуміння їх мовної функції. Деякі з найбільш поширених структурних особливостей неологізмів в медіатекстах опишемо нижче:

- Форма слова: неологізми можуть мати різні форми, включаючи нові слова, скорочення, аббревіатури, складні слова та навіть нові значення для існуючих слів.

- Джерело походження: неологізми в медіатекстах можуть походити з різних джерел, таких як наукова термінологія, соціокультурні тенденції, політичні події тощо.
- Семантика: неологізми часто відображають нові концепції та явища, і їхні значення можуть бути визначені контекстом.
- Розповсюдженість: у медіатекстах неологізми можуть з'являтися та поширюватися дуже швидко, особливо в епоху інтернету та соціальних мереж. Їх розповсюдженість може залежати від популярності певного джерела або теми.
- Прийняття у мові: деякі неологізми стають невід'ємною частиною мови та набувають загальноповсякденного статусу, тоді як інші можуть залишитися фаховими або обмеженими застосуваннями.
- Спосіб вживання: неологізми можуть вживатися як терміни, придатні для наукових або технічних текстів, або як жаргон, що використовується в конкретному соціокультурному контексті.
- Вплив на мову: введення неологізмів в медіатексти може впливати на мовний ландшафт та сприяти розширенню лексичного запасу. Вони можуть відображати сучасні тенденції та інтереси суспільства.

Пропонуємо нижче розглянути більш детально найпопулярніші способи створення неологізмів, а саме:

I. Композити: це слова, які складаються з двох або більше коренів, і які мають новий лексичний зміст. Неологізми – це нові слова, які були створені відносно недавно і не мають широкого вживання в мові. Отже, композити неологізми – це слова, які складаються з нових коренів та не мають довготривалого вживання в мові [72]. Деякі приклади композитів-неологізмів:

- *Кібербулінг* – булінг (це знущання, яке відбувається онлайн) + кібер (зв'язане з комп'ютерами та Інтернетом) ;
- *Мовнокультурний* – мовний (пов'язаний з мовою) + культурний (пов'язаний з культурою) ;
- *Техногенний* – техно (зв'язаний з технологіями) + генний (зв'язаний з генами та спадковістю) ;

II. Акроніми та аббревіатури: структури можуть бути використані для створення скорочених форм слів, які мають спеціальне значення [54]. Наприклад, «ЕС» – скорочення від «Європейський Союз». За нашими спостереженнями іноді ці форми стають неологізмами або термінами, що в свою чергу стають популярними та широко вживаними. Ось деякі приклади нових акронімів та аббревіатур:

- *WFH* – скорочення від “Work From Home” (робота з дому), яке стало популярним під час пандемії COVID-19 [76];

- *ESG* – скорочення від “Environmental, Social, and Governance” (екологічна, соціальна та управлінська відповідальність), яке використовується для опису інвестицій, які враховують показники сталого розвитку [100];

- *Vaxxie* – це новий термін, який описує фотографії або знімки людей, які отримали вакцину проти COVID-19 [40];

- *FOMO* – скорочення від “Fear Of Missing Out” (страх пропустити щось важливе), яке описує психологічний стан, коли люди почувають себе погано через те, що вони не беруть участь у певній події або дії [20].

Вище зазначені приклади показують, як нові акроніми та аббревіатури можуть виникати у зв’язку з новими технологіями, трендами та явищами в суспільстві.

III. Словотвірні суфікси та префікси: неологізми можуть утворюватися за допомогою словотвірних суфіксів та префіксів, які змінюють смисл слова [37, с. 10]. Наприклад, «українізація» – поєднання кореня «Україна» та суфікса «-ізація».

Більша частина новотворів, яка з’явилась у наслідок бурхливого глобалізаційних процесів є іменниковими лексемами або дериватами. Ці деривати становлять більшу частину неологізмів у мовах, а саме у лексико-граматичних класах. Основним засобом творення нових слів є суфіксація. Суфіксація є продуктивним способом словотворення та має наступні словотворчі суфікси, а саме: *-ик, -ач, -ець, -уг/-юг-, -к-, -ість, -щин-, -нн(я), -ств-/цтв-* та ін.

Наведемо приклади суфіксації неологізмів: *піарник, покращувач, атовець, мажоритарщина, джангіровщина* (нечесний журналіст), *святатоцтво, європейство, графітництво, ждановщина* (політика крайньої реакції), *хлопок, хостинг, копіпаст, чорнобайти* тощо.

Фемінізація мови не обійшла осторонь і українську мову, а відомі українські вчені, а саме: О. Тараненко, А. Архангельська, А. Нелюба, Є. Карпіловська та ін. почали досліджувати нове явище у своїх працях та застосовувати різні лексико-семантичні аналізи за для розвитку нового напрямку суфіксації іменникових лексем в українській мові. Форманти – це частина слова, яка піддає зміні своє лексичне та граматичне значення. Такі форманти виникають завдяки наступних суфіксів: -иц(я), -ин(я), -к(а)-, -н(я): *авторка, абонентка, автоматниця, агітаторка, агентка, адвокатеса, акушерка, астронавтка, аудиторка, будівельниця, букмекерка, борчиня, балетмейстерка, нормувальниця, окулістка, професорка, ректорка, солістка, учена, філологиня, ювелірка* тощо [70].

На нашу думку, нові неологізми, які піддалися спочатку суфіксації, а потім фімінізації, можемо побачимо, що більшість неолексем почала застосовуватись у розмовній мові, а з плином часу ці неосеманти стали частиною інтенсивного ужитку у ЗМІ та мас-медіа, як в результаті, стали нейтральними словами (*художниця, членкиня, фінансистка, флористка, радниця* тощо) [35, с. 143], розвиваючи всі функціональні різновиди сучасної української мови, а також вносити великий вклад у всіх стилі мовлення, насамперед до офіційно-ділового й наукового стилів.

Аналізовані одиниці – є одним із прикладів переконливого свідчення прагнення українського народу, який впускає та застосовує неологізми у свою мову, до тенденції до автохтонізації (або націоналізації, етнізації). Автохтонізація – це відродження специфічних рис мови у мовах національних меншин, яка виокремлює її особливість та неповторність. Інтернаціональні суфіксальні іменники (суфіксоїди) мають такі суфіксальні словотворення: *-изацій/-ізацій-, -ацій-, -іст/-ист, -изм/-ізм, -ант, -ат, -(i)ад-, -гейт, -ман, -маній-, -філ, -філій-, -фоб, -фобій-, -логій-, -крат, -кратій-, -ід: макдональдизація, вульгаризація, валоризація, вальвація, варіація, коаліціант, підписант, коаліціада, прем'єриада, темникгейт, грошоман* та ін.

Крім того, суфікси можуть додавати відтінки значення до існуючих слів. Наприклад, суфікс «-ний» може вказувати на приналежність, як у слові «український», що означає «належний Україні», або вказувати на властивості, як у слові «глиняний», що означає «виготовлений з глини».

Морфологічний спосіб словотворення в сучасній українській мові має велику кількість префіксів, які переважно є запозиченими: *супер-*, *анти-*, *де-*, *ре-*, *квазі-*, *екс-*, *нео-*, *пост-*, *псевдо-*, *міні-*, *мега-*, *гіпер-*, *пара-*, *нано-* та ін. Наприклад: *суперарбітр* (голова третейського суду), *супервенція* (філософське поняття), *супервізор*, *супереліта* (високоякісне насіння), *суперкарго* (довірена особа компанії), *суперконтинент* (надматерик), *супермаркет*, *супермен*, *супернатуралізм* (віра в надприродне), *супертанкер*, *антибаріони* (елементарні частинки), *антибіотики*, *антивітаміни*, *антигігієнічний*, *квазіоптика*, *квазівчений*, *квазіспеціаліст*, *квазідержава*, *наносекунда*, *нанометр*, *поствоєнний*, *постлюдина*, *постправа*, *мінімальний*, *мініавтобус*, *мегафон*, *мегазірка* тощо.

Неологізми префіксальним способом – це нові слова, що створюються за допомогою додавання префікса до вже існуючих слів або коренів. Префікс – це незмінна частина слова, яка додається до початку кореня і змінює його значення.

Префіксальні неологізми виникають у зв'язку з розвитком техніки, науки, культури та інших сфер життя, де виникає потреба у нових термінах для позначення нових явищ, предметів, процесів та ідей.

Зазначимо приклади неологізмів, створених префіксальним способом:

- *Мікропластика* – слово складається з префікса «мікро-» (означає «дрібний») та кореня «пластика» (означає «пластмаса»), що позначає дрібні частинки пластмаси, що знаходяться в природному середовищі;

- *Автономний* – слово складається з префікса «авто-» (означає «самостійний») та кореня «номний» (означає «правління»), що позначає стан самостійного, незалежного правління;

- *Дезінформація* – слово складається з префікса «де-» (означає «знищення») та кореня «інформація» (означає «інформаційна взаємодія»), що позначає навмисне розповсюдження неправдивої інформації;

ЗМІ використовують префіксальні неологізми, щоб надати тексту точнішого виразу та відтворити нові поняття, які з'явилися у суспільстві. Ці слова допомагають уникнути надмірного вживання загальних термінів, що забезпечує більшу точність та виразність мовлення.

Наприклад, у сфері медицини префіксальні неологізми, такі як «*прекаріат*» (precarious proletariat), «*медіамігранти*» (media migrants), «*медіаклініки*» (media clinics), та інші, використовуються для позначення нових соціальних проблем та явищ. Також префіксальні неологізми, такі як «*екологізація*» (ecologization), «*інтернетизація*» (internetization), та інші, використовуються під час дискусій для позначення нових тенденцій та процесів у різних сферах життя.

Однак, під час використання префіксальних неологізмів у ЗМІ журналістам, редакторам, громадянам та тим, хто вивчає мовний феномен слід дотримуватися мовної культури та норм мовлення, адже неологізми можуть збільшувати складність мовлення та зробити недоступним для широкого читача.

Отже, використання префіксальних неологізмів у ЗМІ має бути обґрунтованим та обмеженим, з метою забезпечення ефективної комунікації та збереження мовної культури. Необхідно пам'ятати про аудиторію та дотримуватися мовних норм для забезпечення чіткості та доступності мовлення.

IV. Лексичні запозичення з інших мов: у медіатекстах можуть використовуватися неологізми, які складаються зі слів, позичених з інших мов. Як наслідок глобалізації та швидкого розвитку технологій, ми постійно стикаємось з новими лексичними запозиченнями. Деякі лексичні запозичення можуть бути використані з метою створення ефекту модності або екзотики у мовленні. Така риторика є небезпечною, у результаті чого мовна культура знецінюється та зменшується важливість національної мови. Використання лексичних запозичень має бути збалансованим та обґрунтованим, з метою збереження мовної культури.

V. Гібридні слова: неологізми можуть створюватися шляхом поєднання елементів з різних мов або ж сфер знань. Наприклад, «*біткойн*» – поєднання англійського слова “bit” та слова «*кошт*» українською мовою. Використання гібридних слів є одним із способів створення нових слів у мові, що може мати як позитивні, так і негативні наслідки. До позитивних аспектів використання гібридних слів можна віднести: економія часу та зусиль, створення нових значень, покращення мовної експресії, Однак, використання гібридних слів також може мати деякі негативні наслідки: незрозумілість, зниження якості мовлення.

Загалом, структурні особливості неологізмів у медіатекстах залежать від специфіки мовлення. Неологізми у медіатекстах мають свої особливості у структурному відношенні. Оскільки медіатексти (тексти, які публікуються в медіа) мають певні обмеження у розмірі та форматі, то неологізми, що вживаються в них, мають бути більш інформативними та лаконічними. Одна зі структурних особливостей неологізмів у медіатекстах – це стислість. Наприклад, відомий неологізм «коронавірус» або «ковід» складається всього з 12 літер (скорочений варіант 5 літер), що робить його зручним для використання у заголовках новин та інших коротких текстах.

Крім того, хочемо звернути вашу увагу на те, що неологізми у медіатекстах можуть мати нестандартну структуру, яка залежить від контексту вживання. Наприклад, слово «*twit*» є скороченням від «*twitter*» та вживається для позначення повідомлень у соціальній мережі Twitter.

Також, у медіатекстах неологізми часто формуються за допомогою злиття двох слів або скорочень, що називається “*blending*”. Наприклад, слово «*медіаосвіта*» складається зі слів «медіа» та «освіта», а слово «*фемінізм*» складається зі слів «жіночість» та «філософія». У медіатекстах також можуть вживатися спеціальні неологізми, які створюються для позначення певних понять та явищ, що стали актуальними завдяки розвитку нових технологій, зокрема в інформаційному та Інтернет-просторі. Наприклад, слово «*гіперпосилання*» вживається для позначення активних посилань на веб-сторінках.

Неологізми у ЗМІ є невід’ємною частиною мовного процесу, що дозволяє мові адаптуватись до швидких змін у суспільстві та культурі. Вони можуть бути створені різними способами, включаючи префіксальний, суфіксальний та інші методи. Використання неологізмів у ЗМІ має свої переваги, такі як збагачення мовлення та покращення мовної експресії. Однак, воно також може мати свої негативні наслідки, такі як складність сприйняття, зниження якості мовлення та втрата національної мовної ідентичності. Загалом, використання неологізмів у ЗМІ потребує обережності та балансу між використанням нових слів та збереженням мовної культури.

1.2. Функціонування інноваційної лексики в ЗМІ з погляду мовної культури

Функціонування інноваційної лексики в ЗМІ відіграє важливу роль у мовній культурі. З одного боку, використання нових слів дозволяє мові адаптуватись до швидких змін у суспільстві та культурі, що сприяє її розвитку. Крім того, інноваційна лексика може збагачувати мовлення, допомагаючи виразніше та точніше передавати думки та ідеї. Дослідник Н. Шанський вважає, що неологізмами можна назвати нові слова, які з'явилися через потребу називати нові предмети, а також зауважує, що важливою їх ознакою є те, що до того вони ще не були загальноживаними [3, с. 170]. Інноваційна лексика, яка включає неологізми, терміни та вирази поширюється у ЗМІ в таких формах, як статті, новини, реклама та інші медійні форми. Функціонування цих слів у ЗМІ відображає важливі аспекти мовної культури.

Значення слів може змінюватися другорядними семантичними трансформаціями, що було об'єктом досліджень багатьох відомих учених, як і зарубіжних, так і українських. Серед них: М. Johnson, G. Lakoff, R. Bartsch, D. Cruse, В. Виноградов, Д. Шмельов, В. Телія, О. Єрмакова, О. Потебня, В. Русанівський, О. Тараненко, М. Кочерган, М. Полюжин та інші. Останнім часом в україністиці також збільшується інтерес до цієї тематики, як це відображено в роботах Н. Клименко, Є. Карпіловської, Л. Струганець, І. Самойлової, Т. Бевз, Д. Мазурик, Д. Деркача, Д. Сизонова, О. Ляхової, та інших. Отже, проблема другорядних семантичних трансформацій в українській мові залишається актуальною, оскільки семантичні неологізми постійно з'являються в мовній практиці та потребують належного роз'яснення та лексикографічного опрацювання [30, с. 77-78].

Спочатку варто зазначити, що інноваційна лексика може відображати технічні та культурні зміни в суспільстві. Використання нових термінів у ЗМІ може бути показником розвитку науки, технологій, мистецтва та інших аспектів життя. Аналізуючи наше дослідження, слід сказати, що мовна культура вимагає використання нової лексики для відображення цих змін.

Проте, використання інноваційної лексики в ЗМІ повинно бути обґрунтованим та відповідати загальноприйнятим правилам мовної культури. Наприклад, нові терміни можуть включати складні або незвичні для нашої мови звуки або бути запозиченими з інших мов.

Інноваційна лексика в ЗМІ несе не тільки поінформованість суспільства, але й також дезінформацію, яка може негативно впливати на сприйняття світі у соціокультурному світі, а також на пряму впливати на лексичний склад мовного запасу. Існує кілька причин, чому ЗМІ можуть використовувати дезінформацію:

- Бажання заробити гроші: ЗМІ можуть замахнутися на сенсаційні новини або зацікавитись скандальними заходами, щоб залучити увагу до своєї публікації. Це призводить до того, що ЗМІ використовують дезінформацію або неповну інформацію, щоб примножити свою аудиторію та прибуток від реклами.

- Політичні мотиви: ЗМІ можуть намагатися впливати на громадську думку шляхом розповсюдження дезінформації або маніпулювання фактами. ЗМІ можуть створювати та поширювати фейк-новини, що мають на меті вплинути на громадську думку. Це може бути спеціально створені історії або маніпуляції реальними подіями для досягнення певного політичного результату.

- Недостатність часу: ЗМІ можуть бути змушені публікувати новини швидко через терміновість інформації. Це призводить до того, що ЗМІ не перевіряють достовірність інформації, яку вони публікують, що може призвести до поширення дезінформації, або іншими словами «фейку».

- Намагання вплинути на вибір споживача: ЗМІ можуть використовувати дезінформацію або маніпулювати фактами, щоб переконати споживачів у необхідності певних послуг. Хоча дезінформація може призвести до користі ЗМІ у короткостроковій перспективі, вона може завдати шкоди репутації ЗМІ та викликати серйозні наслідки у довгостроковій перспективі [2, с. 16-17].

Інноваційна лексика є дуже важливим аспектом розвитку мови та культури народу України. Вона відображає нові явища, ідеї та технології, які з'являються у суспільстві, та дозволяє збагатити мову новими виразами та концепціями.

Пропонуємо у нашій науковій роботі розглянути питання інноваційної лексики у ЗМІ з погляду лінгвістики, а саме:

- **Розуміння поняття інноваційної лексики.** Перш за все, необхідно розібратися в тому, що таке інноваційна лексика. Це нові слова, вислови або терміни, які з'являються в мові та використовуються для позначення нових технологій, ідей, концепцій, явищ тощо.

- **Вивчення тенденцій використання інноваційної лексики.** На цьому етапі потрібно вивчити тенденції використання інноваційної лексики в ЗМІ. Слід аналізувати новинні статті, блоги та інші джерела, що займаються технологіями, наукою тощо.

- **Аналіз контексту використання інноваційної лексики.** Важливо розібратися в тому, як інноваційна лексика використовується в контексті.

- **Розгляд впливу інноваційної лексики на мову.** На нашу думку варто розглядати те, як використання нових слів в ЗМІ впливає на лексичний запас мови, які зміни відбуваються у граматиці тощо.

Наприклад, у сучасному українському мовленні з'явилися такі інноваційні лексичні одиниці, як «блокчейн», «кібербезпека», «інтернет-магазин», «екоризик». Вони відображають новітні технології, які використовуються у різних галузях, та стають все більш поширеними серед населення. Інноваційна лексика в Україні постійно збагачує мову неологізмами та висловами, які відображають реалії та технологічний прогрес. Наразі (2022-2023 рік) Україна зазнала повномасштабного вторгнення з боку Росії, тому інноваційна лексика дещо змінюється, як наслідок медіа впливу. Наприклад, щоб обходитись без повторів слова *стріляти*, журналісти вживають *гатити*, поруч з *авіатори* та *спеціалісти з безпілотників – повітряники* [42].

Нижче наведено більше прикладів інноваційної лексики в Україні під час війни 2014-2023 та їх пояснення [42]: *Передок* – перша лінія оборони війська; *Арта* – артилерія; *Педалі* – лексема, що набрала актуалізації у воєнний час, як військово-взуття; *Чорнобаїти* – селище поблизу Херсона, де наші ЗСУ героїчно змагались за українську землю із окупаційними військами.

Наразі Чернобаївка повернулася на підконтрольну територію України; *Орки* («свинособаки», «ваньки», «пушкіністи», «путлери», «лаптеногі» тощо) – злочинні російські окупаційні війська, що вторглися в Україну; *Рашизм* – російське угруповання, що прагне над усуненням української суверенності та також має значення сучасного нацистського руху; *Мінуснути* – вбити окупанта на полі бою.

З початку вторгнення Росії у життя України виникла низка лексики політичного спрямування, що урізноманітнює синонімічний ряд. Ці слова з'являються через інтенсивний розвиток та функціонування суспільства, зростання політичної свідомості та суспільно-політичні події, такі як Помаранчева революція, Майдан, російська агресія в Криму. Ключові слова доби, які перебувають у центрі уваги суспільства, включають *європрагнення*, *безвіз*, *майданівець*, *АТО*, *квазіреспубліка*, *добровольчий батальйон*, *деолігархізація* та інше [31, с. 49]. Також з'явилися нові слова, які відображають негативні реалії, явища та процеси в сучасному суспільстві, такі як *кнопкодав*, *топ-корупціонер*, *олігархократія*, *антиєвропеєць*, тощо. Наведені приклади інноваційної лексики демонструють, як мова постійно змінюється та адаптується до сучасних реалій.

М. В. Варич вважає, що в Україні двомовність часто розглядається в політичній площині. Зацікавлені політичні сили розглядають функціонування двох мов у суспільстві як наслідок історичних процесів і порушують питання про надання російській мові статусу другої державної. Складна, часом нестабільна політична ситуація в Україні, яка підбурюється проросійськими політичними колами, покладає відповідальність на двомовну пресу. Залежно від змістовного наповнення, двомовна преса може виконувати об'єднувальну функцію консолідації суспільства або ж, навпаки, призводити до міжнаціонального протистояння та розхитувати засади державності [4, с. 3].

Неологізми та інноваційна лексика мають надзвичайно важливе значення для сучасного українського суспільства. Вони відображають динаміку розвитку різних галузей життя, вводять нові концепти та ідеї, і надають можливість виразити нові реалії. Використання цих нових слів та виразів у ЗМІ допомагає поширювати цінну інформацію та підвищує мовну культуру.

Проте важливо пам'ятати, що з використанням інноваційної лексики пов'язані певні відповідальність та завдання. Редакції ЗМІ повинні збалансувати використання неологізмів, враховуючи потреби та рівень розуміння аудиторії. Важливо дотримуватися мовних норм і стандартів, а також забезпечувати доступність і зрозумілість мовлення для широкого кола читачів.

Отже, інноваційна лексика є важливим інструментом для розширення мовної горизонтальної та вертикальної норм, проте вона повинна використовуватися з усвідомленням та обережністю з метою підвищення рівня мовної культури та сприяння зрозумілому обміну інформацією у суспільстві.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ

2.1. Еквівалентність та адекватність перекладу неологізмів у медійному тексті

При перекладі неологізмів, що з'являються у медійному тексті, важливо забезпечити їх еквівалентність та адекватність. Неологізми є засобом реалізації і складовою частиною лінгво-гри, яка необхідна в текстах сучасних ЗМІ [23 с. 57]. Адекватність перекладу неологізмів у текстах медійного дискурсу є важливим аспектом, оскільки вони є найважливішими джерелами інформації для громадськості. Якщо переклад неологізмів некоректний або недостатній, це може призвести до нерозуміння і спотворення змісту тексту.

Проблема встановлення еквівалентності текстів оригіналу та перекладу завжди залишиться предметом дискусій та відкритою для обговорення. При здійсненні перекладу перекладач завжди впливає на текст своїм власним розумінням оригіналу, будь то свідомо чи несвідомо. Він також встановлює баланс співвідношення між двома мовами та культурами. Ця проблема виокремлюється через те, що кожна мова і культура мають свої унікальні вирази, концепції і способи вираження думок. Коли перекладач намагається передати оригінал у іншу мову, він часто змушений здійснювати вибори та адаптації. В. Т. Бусел стверджує, що «ознакою неологізму є абсолютна новизна слова для більшості носіїв мови. Як тільки слово починають активно вживати, воно втрачає ознаку новизни й стає загальноновживаним. Поняття неологізму мінливе в часі, а, отже, відносне. Неологізмом слово залишається доти, доки в ньому відчувають новизну» [81, с. 20].

На наш погляд, варто розглянути еквівалентність та адекватність перекладу, як важливі елементи донесення інформації до читача у їх першочерговому сенсі. Еквівалентність означає відповідність перекладу оригінального неологізму, переклад повинен передавати той самий сенс та значення, які містяться в оригінальному тексті.

Якщо перекладач не може знайти точного еквівалента для неологізму, він може використовувати слова-означення, пояснення або контекст для пояснення значення неологізму [5].

У галузі перекладознавства визначають два види еквівалентності: теоретично можливу та оптимальну. Теоретично можлива еквівалентність визначається порівнянням структур і правил функціонування двох мов, тоді як оптимальна еквівалентність враховує відповідність між оригіналом і конкретним перекладом в певному випадку. Різниця між цими двома видами еквівалентності ляже в основу ранжування моделей перекладу. Ці моделі враховують як мінімальні відповідності між морфемами, словами та реченнями, так і адаптацію вибору перекладача до норм і контексту мов оригіналу та мови перекладу. Важливо зауважити, що досягнення повної еквівалентності практично неможливе, іноді навіть небажане. Це може викликати руйнівний вплив на відповідність впливу текстів на читача оригіналу та перекладу. У деяких випадках, точне відтворення оригіналу не є головною метою, і важливіше зберегти зміст, стиль та відповідність цільовій аудиторії.

Спроба розробити типологію еквівалентності та визначити шляхи від теоретично можливої до оптимальної еквівалентності призвела до виникнення теорії рівнів еквівалентності. Теорії базуються на трьох відповідностях, які були встановлені в рамках семіотики: семантичній, синтаксичній і прагматичній [21, с. 74]:

- Семантика відображає відношення між знаком (в односторонньому підході до знака) або формою знака (в двосторонньому підході) та значенням, яке він виражає;
- Синтактика вказує на відношення між знаком та іншими знаками у потоці мовлення;
- Прагматика розглядає відношення між знаком та тим, хто його інтерпретує.

Іван Франко відзначився спробою популяризувати творчість Павла Грабовського у періодичних виданнях. Спогади про Павла Г. Грабовського були зібрані і впорядковані О. Кисельовим та В. Поважною у збірнику під назвою «Павло Грабовський у документах, спогадах і дослідженнях».

Американський перекладач і теоретик перекладу Ю. Найда також зробив важливий внесок до розуміння еквівалентності в перекладі, пропонуючи поділити її на два основних типи: формальну та динамічну.

Формальна еквівалентність орієнтована на відповідність оригіналу, як щодо форми, так і щодо змісту. Вона передбачає збереження у тексті перекладу формальних характеристик оригіналу, таких як граматичні структури, пунктуація, абзаци та навіть ідіоми, за умови, що будуть надані пояснення у примітках або коментарях щодо відхилень від оригіналу. Ю. Найда називає такий тип перекладу "перекладом-глосою," оскільки він спрямований на те, щоб читач перенісся до культури того народу, якому належить оригінал.

Динамічна еквівалентність орієнтована на читача перекладу і вимагає від перекладача адаптації лексики та граматики з метою надати отримувачеві перекладу «модус поведінки, який відповідає контексту його власної культури». Отже, в цьому випадку перекладач може внести зміни, щоб забезпечити більшу зрозумілість і відповідність тексту читачеві, не переносячи його до іншої культури.

Адекватність перекладу означає, що переклад повинен враховувати мовну та культурну специфіку мови, на яку перекладається текст. Як правило, перекладач використовує ті слова та вирази, які відповідають культурному та мовному контексту мови, на яку перекладається текст, а також враховує соціальні, політичні та історичні особливості країни задля забезпечення адекватного перекладу неологізмів. Перекладачу слід мати глибокі знання не тільки мови-джерела, але й мови-цільової, а також бути в курсі актуальних подій та тенденцій у суспільстві. При перекладі неологізмів у мові медійних текстів варто враховувати також стиль та забарвлення тексту. Задля досягнення автентичності та оригінальності тексту, а також передачі настрою вихідного тексту варто бути дуже уважним, адже медійний текст може викликати різні емоції у читачів.

Переклад неологізмів є однією з найбільш складних задач перекладача, оскільки вони являють собою нові слова чи терміни, які ще не мають сталого значення в мові. Неосеманти можуть бути створені в результаті наукових досліджень, технологічного прогресу, а також змін у суспільстві та культурі.

У зв'язку з цим існує декілька теоретичних концепцій та підходів до перекладу неологізмів. Одним із підходів є *підхід еквівалентності*. Згідно з цим підходом, перекладач добирає еквівалентний термін в мові перекладу, який має аналогічне значення терміну в мові джерела. Однак, враховуючи те, що неологізми є новими словами, їх може бути складно знайти в іншій мові, у цьому випадку перекладач здійснює дослідження для знаходження найбільш адекватного варіанту перекладу. Українські дослідники перекладу активно вивчають питання перекладу неологізмів та висувають пропозиції щодо вибору найбільш ефективних підходів до перекладу термінів. Вони підтримують важливість концепції еквівалентності та рекомендують здійснювати аналіз контексту та зв'язку термінів зі своєю сферою використання для досягнення максимально точного перекладу.

Інший підхід до перекладу неологізмів – підхід *розширення лексичного запасу*. Згідно з цією концепцією, перекладач створює нові слова, які можуть бути використані для перекладу неологізмів. Під час застосування цього підходу перекладач показати відповідну компетенцію під час перекладу неологізмів.

Українські дослідники перекладу активно досліджують питання розширення лексичного запасу в теорії перекладу та висувають рекомендації щодо використання нових слів та створення нових термінів для передачі змісту неологізмів. Вони наголошують на важливості збереження точності та стилю перекладу, а також на збереженні зв'язку зі сферою використання термінів. Підхід розширення лексичного запасу може бути важливим у випадках, коли еквівалентного терміну в мові перекладу не існує, а також у випадках, коли термін має специфічне значення, яке потрібно точно передати в перекладі. Однак, створення нових слів та термінів може викликати проблеми з розумінням перекладу, якщо вони не відповідають стандартам мови перекладу [20, с. 58-59].

Третім підходом є підхід *вільного перекладу*. Згідно з цим підходом, перекладач повинен створити приблизний еквівалент терміну, який може не бути точним, але буде передавати основне значення терміну. Цей підхід є найбільш практичним у випадках, коли точний переклад неологізму неможливий або складний, тоді як передача змісту є важливішою за точність перекладу.

Українські дослідники перекладу продовжують досліджувати різні аспекти перекладу літературних творів та надають рекомендації щодо використання різних підходів, включаючи підхід вільного перекладу, для досягнення максимально точного та ефективного перекладу [20, с. 60].

Крім того, переклад неологізмів можна розглядати з погляду культурних та соціальних аспектів. Згідно з цим підходом, перекладач розуміє контекст, в якому використовується термін в мові джерела, а також уважно вивчає культурні та соціальні особливості, що пов'язані з терміном. Наприклад, у випадку перекладу термінів, пов'язаних зі стародавніми ремеслами або обрядами, перекладач володіє достатніми знаннями про традиції та звичаї відповідної культури.

Неточний переклад неологізмів у медійному тексті може стати серйозною проблемою, оскільки ці засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та усвідомленні подій в суспільстві. Наприклад, якщо переклад неологізмів з політичної лексики буде неточним, то це може призвести до неправильного розуміння важливих подій, спотворення фактів. Якщо в політичному тексті зустрічається неологізм або термін з новим значенням, то його некоректний переклад може призвести до того, що читачі неправильно зрозуміють зміст статті.

Адекватний переклад неологізмів у мові друкованих ЗМІ є важливим для забезпечення якісної та достовірної інформації. Нижче наведемо 3 приклади неточного українського перекладу друкованих ЗМІ:

Одним із прикладів неточного політичного перекладу у ЗМІ з англійської мови стосується терміна *“fake news”*[90]. Цей термін часто вживається у політичних дискусіях та засобах масової інформації для опису неправдивих, маніпулятивних новин. Однак, українською мовою переклад цього терміну, який найчастіше вживається у ЗМІ – *«фейкові новини»* - не є повністю точним.

Для поліпшення адекватності перекладу неологізмів у мові друкованих ЗМІ, перекладачі повинні вживати спеціальний підхід. Ось кілька стратегій, які можуть допомогти у забезпеченні якісного та точного перекладу:

- *Контекстуальне розуміння*: Один із неологізмів, який активно використовується у звітах та статтях про війну, це «гібридна війна» (*hybrid war*). Цей термін має складну сутність, оскільки описує війну, де використовуються не тільки військові дії, але і інформаційна, економічна, політична та інші впливові стратегії. Перекладачам необхідно розуміти, що включає в себе ця концепція та передавати її відповідним чином українською мовою.

- *Консультація з експертами*: У випадках, коли виникає сумнів у правильному перекладі нових термінів, перекладачам слід звертатися до експертів у сфері військової стратегії, міжнародних відносин, політології тощо. Наприклад, «локальна війна» (*local war*) може вимагати консультації з військовими фахівцями для точного перекладу.

- *Активне вивчення*: Перекладачі мають бути в курсі останніх подій та тенденцій у військовій сфері та розуміти контекст, в якому вживаються нові терміни. Це допоможе їм ефективніше перекладати неологізми, такі як «пропагандистська війна» (*propaganda war*) або «інформаційна агресія» (*information aggression*).

- *Використання широкого словника*: Мовний словник повинен включати терміни, пов'язані з війною та конфліктом. До прикладу, для перекладу терміну «асиметрична війна» (*asymmetric warfare*) може бути корисним використання широкого словника з військової лексики.

- *Аналіз контекстуального вживання*: Важливо ретельно вивчати контекст, в якому вживається неологізм. Наприклад, термін «окупація» може мати різні значення в залежності від контексту – від окупації території до окупації інформаційних ресурсів.

У перекладознавстві, особливо у важливих медійних текстах про конфлікт, точність та адекватність перекладу є вирішальними. Використання цих стратегій допоможе перекладачам передати сутність та інтенцію неологізмів у мові ЗМІ, що стосуються російсько-української війни. Усі ці стратегії спільно сприяють досягненню точності та адекватності перекладу неологізмів у мові медійних текстів. Важливо розуміти, що кожний неологізм може мати свою власну особливість і вимагати індивідуального підходу до перекладу.

Постійне вдосконалення навичок та знань у цій галузі є ключовим для успішного перекладу нових термінів та висловів у мові медійних текстів.

Отже, переклад неологізмів є важливою складовою процесу перекладу та потребує від перекладача не тільки професійного розуміння мови джерела та мови перекладу, але й достатніх знань у відповідній сфері, а також здатності до аналізу та розуміння культурного та соціального контексту.

2.2. Креативність як важлива складова перекладу неологізмів

Мистецтво перекладу залишається досить загадковим явищем, часто асоціюючись з інтуїцією, відкриттями, обдарованістю, талантом та іншими поняттями, які безперечно важливі, але не вичерпно пояснюють його природу. Загалом, наукове розуміння творчого процесу перекладу і механізмів його виконання у міжмовній комунікації залишаються недостатньо вивченими. Саме це згадано у цитаті Н. Хомського, що будь-яке незнання розподіляється на загадки й проблеми. Здається, що сучасно, коли гуманітарні дослідження активно розвиваються та орієнтовані на діяльнісний підхід, виникає необхідність перейти від розгляду творчості у перекладі як чогось загадкового до вивчення його як наукової проблеми, яку можна розв'язати. У теорії перекладу креативність вважається важливим елементом трансляторної діяльності, особливо під час перекодування складних висловлень та відтворення авторського стилю. Креативність в перекладі означає використання когнітивного потенціалу перекладача для досягнення лінгвокультурних кодів та передачі змісту оригінального тексту в мову перекладу з використанням власної «креативної волі» [5, с. 170]. Перекладач не обмежується буквальним перекладом, але використовує свій креативний потенціал для того, щоб знайти найбільш ефективний спосіб передачі змісту оригінального тексту в мову перекладу. Також важливо, щоб перекладач мав розуміння лінгвокультурних кодів мов перекладу та оригінального тексту, щоб забезпечити точність та належне розуміння переданого змісту.

Визначення англійського слова “*creativity*” можна знайти у “*Britannica Concise Encyclopedia*” та інших джерелах. Вони визначають це слово як здатність створювати щось нове за допомогою уявної обдарованості, чи то новий спосіб вирішення проблеми, новий метод чи пристрій, або новий об'єкт або форму мистецтва. Підводячи підсумки, в англійських джерелах часто подають два близьких за значенням варіанти визначення для “*creativity*”: якість творчості та здатність до створення. Якщо порівняти ці англійські визначення, вони подібні до третього значення слова «творчість» у «Словнику української мови». Однак в англійській мові відсутнє динамічне активне значення, яке передається українськими словами-конкретизаторами, такими як «творча діяльність», «творче мислення» тощо.

Слід зазначити, що існують різні підходи до розмежування понять «творчість» та «креативність». Наприклад, І. Г. Мілославський визначає творчість як процес створення нових культурних або матеріальних цінностей, який об'єднує духовні, моральні, матеріальні та побутові аспекти. За таким розумінням, творчість стосується практичного втілення ідей.

Але варто відзначити, що цей підхід не робить чіткого розрізнення між творчістю як процесом і творчістю як результатом. Тим часом слово «креативний» часто використовується для опису творчості, яка не лише генерує ідеї, а й приводить їх до конкретних практичних результатів. У такому контексті, творчість може включати як творчий процес, так і творчий результат, в той час як креативність вказує на результативну діяльність, спрямовану на створення закінченого продукту.

У теорії перекладу існують різні підходи до перекладацької креативності, зокрема коли йдеться про відтворення стилістичного нюансування та вибір найбільш вдалого варіанту засобів вираження. Деякі дослідники перекладу вважають, що перекладацька креативність повинна бути спрямована на відтворення максимально точного стилістичного нюансування оригінального тексту. Інші дослідники перекладу вважають, що вибір найвдалішого варіанту засобів вираження повинен бути пріоритетним для перекладача.

Обидва підходи мають свої переваги та недоліки, і вибір підходу залежить від контексту та особливостей перекладу. Однак, незалежно від підходу, важливо, щоб перекладач мав високий рівень креативності та вмів використовувати широку палітру засобів вираження для досягнення максимально точного та ефективного перекладу. Українські дослідники перекладу продовжують досліджувати різні аспекти перекладацької креативності та надають рекомендації щодо використання різних підходів для досягнення максимально точного та адекватного перекладу.

О. Ребрій розглядає креативність як важливий фактор підвищення значущості особистості перекладача в процесі перекладу. Він стверджує, що введення креативності у термінологічний апарат сучасного перекладознавства дозволяє зосередитися на дослідженні перекладацької особистості, яка стає провідним антропогенним чинником у процесі перекладу [28, с. 8]. Разом з тим, креативність у перекладі передбачає використання індивідуальних підходів до перекладу, що забезпечує більш глибоке розуміння змісту оригінального тексту та культурних особливостей мови. Таким чином, перекладач стає не просто виконавцем завдання, але активним учасником процесу перекладу, який здатен реалізувати свій креативний потенціал та досягти максимально точного та ефективного перекладу.

Важливо зауважити, що у сучасному медійному просторі, де дуже часто використовуються неологізми для опису нових реалій, подій та явищ, креативність перекладачів стає важливою складовою успішного перекладу. Інноваційні та новостворені терміни нерідко виникають у контексті російсько-української війни, описуючи нові сценарії бойових дій, інформаційну війну, та інші аспекти конфлікту. У цьому розділі розглянемо, як креативність перекладача може впливати на якість та адекватність перекладу неологізмів в контексті російсько-української війни.

- **Креативне перетворення:** один з ключових аспектів креативного перекладу неологізмів – це можливість перетворити англійські або інші іншомовні терміни у щось більш зрозуміле та контекстуально відповідне для аудиторії. Наприклад, нещодавно в англійському тексті з’явився неологізм, як *“pig butchering romance”*. Перекладач може перекласти цей трендовий термін, як *«романтична обробка свині»*, що означає імітативне спілкування з шахраями через Інтернет.

Афера передбачає «відгодовування» свині (жертви) за допомогою флірту і романтичних стосунків, щоб переконати її вкладати якомога більше грошей у схеми фальшивої криптовалюти. Після того, як жертва повірила й інвестувала свої гроші, шахрай зникає [47].

Створення нових слів: креативність дозволяє перекладачам створювати або адаптувати нові слова для опису нових явищ. Байрактарити (*to bayraktarize*) – вживається для позначення знищення російської техніки за допомогою турецьких безпілотників Bayraktar TB2. “*The Ukrainian army has been Bayraktarizing Russian tanks and other armored vehicles with great success.*” (BBC News).

Збереження інтенції: креативність в перекладі неологізмів має бути поєднана зі здатністю зберегти інтенцію автора оригіналу. Наприклад: «денацифікація» (*denazification*) – вживається російським урядом для позначення свого вторгнення в Україну. Це слово є калькою з українського слова «денацифікація», яке використовується для опису процесу усунення залишків нацизму. “*Russia has said it is invading Ukraine to denazify the country.*” (The Washington Post).

Зміна емоційного забарвлення: креативний переклад може змінити емоційне забарвлення неологізму. Наприклад: «орки» (*orcs*) – вживається для позначення російських військових. Представлена лексема має негативну конотацію і є відсилкою до жорстоких істот із фентезі-світу. “*Ukrainians have been calling Russian soldiers orcs.*” (The New York Times).

Використання аналогій і метафор: креативність в перекладі може включати використання аналогій та метафор для кращого пояснення неологізму. Наприклад: «Ефект Зеленського» (*Zelenskyu effect*) – вживається для позначення міжнародного визнання та підтримки України, пов'язаної з правлінням українського президента Володимира Зеленського. Неологізм є метафорою до впливу, який Зеленський справив на світову спільноту. Наведемо для прикладу наступне речення у англомовному ЗМІ: “*The Zelenskyu effect has inspired people around the world to stand up for democracy and freedom.*” (The New York Times).

Усі ці аспекти креативності у перекладі неологізмів допомагають зробити переклад більш доступним та зрозумілим для аудиторії, а також відобразити особливості російсько-української війни. Креативність дозволяє перекладачам не лише передати слова, а й передати контекст, емоції, та глибше розуміння подій, що є надзвичайно важливим у медійних текстах про війну. Креативність у перекладі відіграє важливу роль у створенні якісних та ефективних перекладів, що передають не тільки значення оригіналу, але й його ефект та інтонацію у мові перекладу.

Вважаємо, неологізми у перекладі відіграють важливу роль у відтворенні нових ідей та концепцій у мовленнєвому середовищі мови перекладу. Особливо складним завданням є перекодування «важкодоступних місць», оказіональних висловлень та каламбурів з елементами неологізмів, які вимагають креативних перекладацьких рішень. Для досягнення високого рівня креативності в перекладі необхідно мати фахові знання та досвід. Важливо враховувати стиль оригіналу та його інтонацію з метою створення максимально точного та ефективного перекладу. Для цього можуть бути використані різноманітні прийоми та техніки перекладу, такі як заміна лексичних одиниць, перенесення конотацій, використання метафор, та інші. Такі креативні підходи до перекладу неологізмів дозволяють досягти максимальної точності та ефективності в передачі ідей та концепцій у мовленнєвому середовищі мови перекладу.

Неологізми є складною та вимогливою складовою, оскільки перекладач відтворює точний та ефективний переклад нових термінів та висловлень у мовленнєвому середовищі мови перекладу. Однак, неологізми не захищені від перекладацьких помилок та недоліків, які можуть виникати з різних причин. Перекладацька необачність та ляпи (неправильне підпорядкування висловів ТО і ТП) можуть стати факторами невдачі у передачі змісту та ефекту неологізмів. Не слід забувати, що переклад – індивідуальний процес. Перекладач повинен «виявити системи деформації, які загрожують його заняттю і несвідомо впливають на рівень його лінгвістичного і літературного вибору», що, на думку А. Бермана, залежить від психології перекладача [1, с. 96].

Лінгвістична парадигма дослідження перекладу склалася в контексті мовознавства як спроба концептуалізувати дійсне твердження про те, що переклад – це процес, який виконується за допомогою мовних засобів. Різноманітність цього підходу як в загальному розумінні, так і в сприйнятті творчого аспекту перекладу в межах цієї парадигми, свідчать про існування численних лінгвістичних шкіл, кожна з яких вносить свій власний внесок у розуміння процесу перекладу. Під час подальшого розгляду ми намагатимемося проілюструвати цю різноманітність, виділяючи при цьому як загальні концепції, які підтверджують наявність уніфікованої структурної онтології та мовно-центрованої методології дослідження перекладу, так і відмінності, які обов'язково супроводжують будь-яке теоретичне вивчення, враховуючи принцип онтологічної відносності.

Однак, існує також фактор усвідомленості протилежного, коли перекладач навіть не вважає перекладацькі помилки за помилки. Такі помилки можуть бути обумовлені недостатнім рівнем знання мови оригіналу, або ж недостатнім рівнем уваги до деталей в процесі перекладу.

Отже, успішний переклад неологізмів вимагає високого рівня професійної майстерності та знань мови оригіналу, а також уважного та точного підходу до процесу перекладу з метою уникнення перекладацьких помилок та недоліків.

2.3. Методи та критерії відбору матеріалів дослідження

Для нас важливим питанням є природа перекладацької творчості, і ми спробуємо зрозуміти цю природу, виходячи з існуючих типологій. Існує точка зору що будь-яка діяльність є творчою, якщо вона породжує щось нове і оригінальне, а при цьому сприяє розвитку не лише самого творця (тобто процес самовдосконалення), але й розвитку науки, мистецтва тощо.

Існує неможливість створення алгоритму для процесу перекладу через відсутність чітких і однозначних правил, які б гарантували певний результат, означає, що перекладач має велику свободу вибору та потребу у творчому пошуку. Тому для визначення творчого характеру перекладацьких рішень найбільш підходящим є евристичний підхід.

Евристика – психологічний термін, який пояснює здатність людини обирати під час вирішення завдань лише найбільш обґрунтовані варіанти. Іншими словами, евристика представляє собою «метод пошуку, який з високою ймовірністю дозволяє вибирати найбільш вдалий шлях в лабіринті вирішення завдань». Евристичний підхід до перекладацької рефлексії спрощує операції, які перекладач може однозначно вирішити на підставі власного досвіду. Водночас, увага зосереджується на тих частинах процесу, де виникає незадоволеність потенційним рішенням або невизначеність ідеї щодо нього.

Відбір матеріалів дослідження є важливим етапом будь-якого дослідження. Методи та критерії допомагають дослідникам зосередитися на питаннях, які мають найбільшу вагу для їх дослідження, забезпечити належну репрезентацію об'єкту дослідження та забезпечити точність та достовірність результатів дослідження.

Розглянемо методи дослідження, які були застосовані під час наукового дослідження неологізмів, а саме: **методи дослідження** – методи індуктивного та дедуктивного протиставлення дослідження здійснюється на основі сутності об'єкта, який досліджують та фактами, якими виступають емпіричний матеріал (*загальнонауковий метод*). Також застосовуються такі *загальнонаукові методи*: синтез, спостереження, метод суцільної вибірки.

Спеціальні методи: Встановлення спільного та відмінного в структурі побудови неологізмів в українській та англійській мовах завдяки *зіставному аспекту*. *Описовий метод* надає можливість зробити загальний вибір матеріалу для дослідження неологізмів за допомогою класифікації критерій. Також на нашу думку, дослідження неологізмів має домінуючу мовну парадигму, а саме *функціональний метод*, що допомагає лінгвістам передбачити мову в дії (*методика дискурсу, прагматичного аналізу, конверсійного аналізу* тощо). *Інтерпретаційно-аналітичний метод* із поєднанням синтезу та аналізу, а також *морфемний аналіз* за допомогою якого виявлено низку неологізмів. Застосовується аналіз словникових дефініцій, лексикографічний та компонентний аналізи.

Для проведення дослідження неологізмів у мові медійних текстів ми обрали наступні критерії відбору матеріалів:

- Аналіз частотності: ми виокремили певні доробки медійних текстів, які містили неологізми та проаналізували їх кількість та частотність в тексті. Цей метод дозволяє зрозуміти, наскільки поширеними є неологізми у медійних текстах та визначити, які саме неологізми найчастіше використовуються.

- Класифікація за тематикою: обрано низка статей з воєнних тематичних розділів медійних текстів та проаналізовано неологізми, які використовуються у кожному розділі. Цей метод дозволяє визначити саме типи неологізмів використовуються у кожній статті.

- Контент-аналіз: виокремлено кілька ЗМІ з різних медіа видань та проаналізовано неологізми, які використовуються в кожному з них. Цей метод дозволяє визначити, які мовні особливості відображаються у використанні неологізмів у різних медіа виданнях та порівняно тенденції використання неологізмів в різних ЗМІ.

Критерії відбору матеріалів дослідження включають: наявність неологізмів у тексті, їх частотність, різноманітність та контекстуальний аналіз. Ми обрали матеріали з тематичних розділів медійних текстів та з різних мовних середовищ для забезпечення об'єктивності дослідження. Також враховано наявність неологізмів різних мовних рівнях воєнну термінологію, нові словотвірні форми, а також нестандартні лексичні одиниці та нові слова, які виникають через мовленнєву креативність та інновації в мові. Для відбору матеріалів також ми використали критерії останніх видань медійних текстів, щоб дослідити останні тенденції використання неологізмів у мові медійних текстів. Крім того, включено матеріали з різних джерел, а саме газети та журнали різних видів, щоб забезпечити більш широкий спектр неологізмів у дослідженні.

Усі ці методи та критерії відбору матеріалів дослідження дозволили нам отримати різноманітну вибірку неологізмів у мові медійних текстів та дослідити їх характеристики та використання у різних мовних середовищах.

Схематично зображений Process pie chart можна побачити у Додатку А, де ми зобразили основні кроки щодо поступових дій у визначені цілей, аналізу даних, вибір методів дослідження .

Узагальнюючи, відбір матеріалів для дослідження неологізмів у контексті російсько-української війни є складним і відповідальним завданням. Ми керуватися чіткою метою дослідження, дотримувалися наукових стандартів, ретельно вивчали контекст та чинники, що впливають на вживання неологізмів у медійних текстах. Такий підхід допоможе забезпечити об'єктивність та достовірність дослідження, а також висвітлити різні аспекти мовного відображення російсько-української війни у медійних текстах.

2.4. Методика контент-аналізу перекладу неологізмів у медійних текстах

Контент-аналіз перекладу неологізмів є методом дослідження, який зосереджується на вивченні перекладу неологізмів, які ще не ввійшли до стандартних словників. Цей метод дослідження дозволяє виявити тенденції та розуміння перекладу неологізмів, що дає можливість краще зрозуміти, які нові слова вживаються у мові та як вони перекладаються на інші мови. Контент-аналіз перекладу неологізмів може бути корисним інструментом для дослідження нових слів та їх перекладів, що дає можливість краще зрозуміти мовленнєві практики та соціокультурні тенденції у сучасній мові. Контент-аналіз перекладу неологізмів у мові медійних текстів може бути корисним інструментом для дослідження нових слів та їх перекладів. Специфікою медіатексту є факт сполучуваності, взаємодії в межах одного контексту різностильових мовних засобів (від книжних до низького звучання). Така контрастність детермінує виразність одних одиниць на тлі інших, забезпечує їхню чітку контурність, що забезпечується відмінністю, протиставлюваністю на лінії «узуальне – okazіональне» [2, с. 21].

У контексті сучасних конфліктів та війн, медійна інформація відіграє ключову роль у формуванні глобального розуміння подій, що відбуваються. Переклад медійних текстів, особливо тих, які відображають важливі події, стає складним завданням через появу нових термінів і виразів, які називаються неологізмами. У контексті російсько-української війни, переклад неологізмів набуває особливого значення, оскільки ці терміни можуть мати політичний, соціальний та культурний підтекст.

У цьому розділі роботи ми розглянемо методика контент-аналізу перекладу неологізмів у мові медійних текстів, зосереджуючи увагу на перекладознавчому аспекті цього явища. Одним з важливих аспектів методики контент-аналізу є відбір правильного зразка тексту для дослідження, який має відображати реальний стан справ у вживанні неологізмів у мові медійних текстів. Для цього можна використовувати різноманітні критерії, такі як тематика тексту, джерело публікації, кількість та тип неологізмів.

Методика контент-аналізу перекладу неологізмів, розроблена у межах цієї роботи, включає такі етапи:

- **Вибір корпусу текстів.** Корпус текстів повинен бути репрезентативним для досліджуваної мови та жанру. У нашій дипломній роботі корпусом текстів є тексти українських медіа за 2023 рік.

- **Ідентифікація неологізмів.** Неологізми у роботі ідентифікуємо за допомогою таких ознак:

- Новий звуковий склад;
- Новий морфологічний склад;
- Новий семантичний зміст;
- Новий стилістичний відтінок.

- **Класифікація неологізмів.** Неологізми класифікуємо за такими ознаками:

- Походження: запозичені, власне українські;
- Сфера вживання: наукові, технічні, суспільно-політичні, розмовні тощо;
- Функція в тексті: номінативна, дефінітивна, експресивна тощо.

- **Аналіз перекладу неологізмів.** Переклад неологізмів у роботі аналізується з точки зору таких критеріїв:

- Точність;
- Доречність;
- Естетичність.

Методичний аспект дослідження може бути узагальнений на три ключових етапи, кожен із яких має свою унікальну функцію та спрямований на досягнення певних цілей:

- **Підготовчий етап:** На цьому етапі було проведено уточнення об'єкта дослідження та сформульовано гіпотезу. Гіпотеза дослідження визначила основні принципи перекладу неологізмів, враховуючи «внутрішні» та «зовнішні» фактори, які впливають на це явище.

- **Теоретико-методологічний етап:** На цьому етапі зібрана та проаналізована теоретична база, необхідна для вивчення неологізмів та їхнього перекладу. Цей етап спрямований на зрозуміння концептуальних аспектів та методів дослідження.

- **Практичний етап:** Під час цього етапу було проведено аналіз стратегій та засобів відтворення неологізмів різних типів. Емпіричний матеріал, отриманий під час цього етапу, служив для перевірки та верифікації гіпотези дослідження.

Ця структура методичного підходу дозволяє систематизувати та послідовно виконувати дослідницьку роботу, враховуючи як теоретичний, так і практичний аспекти вивчення неологізмів та їхнього перекладу. Використання неологізмів у медійних текстах може бути ефективним засобом для відображення нових реалій та збереження національної мовної ідентичності. Однак, необхідно пам'ятати про те, що введення нових слів може спричинити різноманітні інтерпретації та недоречне використання мови, тому важливо бути обережним та використовувати неологізми з метою збагачення мовного арсеналу, а не лише для демонстрації власної ерудованості.

Дослідження перекладу неологізмів у мові медійних текстів вимагає дотримання методологічних засад, що забезпечують наукову обґрунтованість та достовірність отриманих результатів. До таких засад можна віднести ґрунтовний аналіз текстів, зокрема визначення контексту вживання термінів, їхнього стилю та функцій, а також порівняння перекладу з оригіналом. Важливо також враховувати особливості мовленнєвої ситуації, в якій вживається термін, та враховувати відмінності між культурами, які мають вплив на сприйняття терміну.

Підсумовуючи хочемо зауважити, що використання методологічних засад дозволяє отримати об'єктивні та науково обґрунтовані результати дослідження перекладу неологізмів у мові медійних текстів.

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ТА ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ

3.1. Неологізми російсько-української війни: генеза та теорії тлумачення

3.1.1. Теорії походження та тлумачення неологізмів воєнного часу: лінгвістично-культурний аналіз

Неологізми воєнного часу є важливою складовою лексики багатьох мов. Вони з'являються під час війн і конфліктів, коли люди шукають нові слова для опису нових реалій. У той же час, війна є змаганням між різними національностями і культурами, тому неологізми воєнного часу можуть бути дослівними перекладами, запозиченнями, кальками, а також словотвірними утвореннями на основі вже існуючих слів. Мета дослідження полягає в тому, щоб визначити основні тенденції та особливості перекладу неолексем.

Пропонуємо розглянути різні підходи до вивчення неологізмів, які дозволяють отримати більш повне розуміння їхньої природи та функції в мові.

Етимологічний підхід вивчає походження неологізмів, а також їхні зв'язки з іншими мовами. Цей підхід був запропонований ще в античній граматиці. Його основоположником вважається давньогрецький граматик Діонісій Фракійський (I століття до н. е.). Він виділяв три основних джерела походження слів: природне походження, запозичення та утворення нових слів.

Семантичний підхід вивчає значення неологізмів. Цей підхід був розроблений у XIX столітті. Його основоположниками вважаються німецькі лінгвісти Вільгельм фон Гумбольдт і Фердинанд де Соссюр. Вони розглядали семантику як центральну частину мови та вивчали значення слів у контексті їхнього вживання. Цей підхід також може бути використаний для вивчення того, як значення неологізмів змінюється в процесі історичного розвитку.

Соціолінгвістичний підхід вивчає роль неологізмів у суспільстві. Цей підхід виник у ХХ столітті. Його основоположниками вважаються американські лінгвісти Е. Сепір і Б. Л. Ворф. Вони розглядали мову як соціальний феномен і вивчали роль неологізмів у комунікації та міжкультурній взаємодії. Соціолінгвістичний підхід допомагає зрозуміти, як неологізми використовуються в різних соціальних контекстах. Цей підхід також може бути використаний для вивчення того, як неологізми впливають на розвиток мови.

Когнітивний підхід вивчає вплив неологізмів на процеси сприйняття, мислення та пізнання. Цей підхід виник у другій половині ХХ століття. Його основоположниками вважаються американські лінгвісти Чарльз Філлмор і Джордж Лайколф. Вони розглядали мову як інструмент пізнання світу і вивчали вплив неологізмів на формування ментальних моделей світу. Когнітивний підхід допомагає зрозуміти, як неологізми впливають на наше розуміння світу.

У сучасній лінгвістиці ці підходи часто використовуються у комплексі, щоб отримати більш повне розуміння неологізмів.

Зокрема, варто зазначити важливість основних категорій воєнних неологізмів:

2.1. Терміни, пов'язані з озброєнням, тактикою та стратегією (наприклад: *«аналоговнет»*, *«байрактарити»*, *«іхтамнетити»*), відображають новітні технології та підходи до ведення військових дій, які стали характерними для сучасного воєнного часу.

2.2. Слова та вирази, що стосуються соціальних, політичних та культурних наслідків війни (наприклад: *«авось-команда»*, *«блакитно-жовта єдність»*, *«бучанський синдром»*, *«ефект Чорнобаївки»*), відображають різні аспекти впливу воєнного конфлікту на суспільство та особистість.

2.3. Неологізми, які пов'язані з міжнародними відносинами та геополітикою (наприклад: *“Chinese order”*, *“A new cold war”*, *“Geopolitical energy war”*), відображають нові виклики та реалії сучасного світу, що виникли на фоні воєнних конфліктів.

Додатково варто зазначити фактори виникнення та поширення воєнних неологізмів:

3.1. Інформаційні технології та медіа сприяють швидкому поширенню нових слів та виразів, що стосуються воєнних подій. Це забезпечує їх інтеграцію в загальномовний лексикон та підвищує їх відомість серед широких верств населення.

3.2. Змішування мовних культур в результаті міграції, дипломатичного обміну та міжнародного співробітництва призводить до взаємного позичання та адаптації неологізмів, які набувають нових відтінків значень та форм відповідно до контексту їх вживання.

Одна з теорій походження неологізмів воєнного часу – це *теорія необхідності*. Відповідно до цієї теорії, неологізми виникають тоді, коли існуючі слова не можуть точно передати нову реальність. Відповідно до цієї теорії, неологізми воєнного часу виникають з жаргону військових, який є мовою спеціалізованої групи людей. Ці слова можуть бути внесені у повсякденну мову під час війни, коли військові спілкуються з цивільним населенням або коли вони повертаються додому після служби. У воєнний час можуть виникати нові лексеми зброї, такі як «САУшка» (самохідна артилерійська установка) [69] або «Дашка» (станковий кулемет Дегтярьова-Шпагіна) [69], або неосеманти, які застосовують для опису українських військових, а саме «Слони» (курсанти першого курсу) [69], «Контрабас» (солдат контрактної служби) [69] або «Єноти» (десанти) [69]. Такі неологізми стають потрібними для того, щоб військові могли швидше та точніше обмінюватись інформацією між собою. Пропонуємо розглянути сучасний міні-словник україно-військового сленгу з 2014 року (20 одиниць, Додаток А), який містить прифронтові фрази та вирази проаналізувати значення цих новоутворень в українському медіа просторі за останні роки, і у результаті, запропонувати англійський переклад неологізмів, що можуть слугувати допоміжними засобами, як відображення унікальності українського сприйняття війни та лексики взагалі (на основі публікації онлайн газети АрміяInform) [69].

Друга теорія – *теорія культурного впливу*. Відповідно до цієї теорії, неологізми воєнного часу можуть виникати через взаємодію різних культур, які беруть участь у конфлікті.

Наприклад, неологізм «Тікток-війська» (англ. *TikTok army*) виникло у результаті постингу ряду відео в ТікТок армією Р. Кадірова про «успіхи» на полі бою в Україні, що було фейком, в результаті, виник інший неосемант «кадірити» (англ. *to kadyrovize*) [9], що означає видавати бажане за дійсне. Інший приклад, який був утворений завдяки культурному впливу – «Путлэрнет» (англ. *Putlernet*) – слово портманто, що містить в собі 3 слова, а саме: *Путін+Гутлер+Інтернет*. Такий неологізм використовується для позначення російського сегменту Інтернету [26].

Незалежно від теорії походження, неологізми воєнного часу мають важливе культурне значення. Вони можуть відображати менталітет воєнного періоду, а також соціальні, економічні та політичні зміни, які відбувалися в той час. Наприклад, слово «бомбардування» походить від середньовічної зброї – «бомбарди», яка була використана для облоги фортець. Це слово стало важливим символом технологічного розвитку та сили воєнного часу, і до сьогодні використовується для опису військових дій, а також для вираження загального страху перед наслідками війни. Безсумнівно, будь-яка війна залишає за собою велику кількість лексичних новоутворень, які ми не можемо оминати та не вивчати, перед лінгвістами постає завдання проаналізувати унікальність неологізмів у розрізі соціокультурних процесів.

Отже, лінгвістично-культурний аналіз неологізмів воєнного часу може допомогти зрозуміти культурні, історичні та соціальні контексти, в яких ці слова з'явилися. Лінгво-культурний аналіз може також допомогти розробити методології для подальшого вивчення і використання цих слів у лексикографії, лінгвістиці та інших науках.

3.1.2. Семантична та словотвірна деривації як основні способи утворення нових лексичних одиниць російсько-української війни

Семантична та словотвірна деривації є основними способами утворення нових лексичних одиниць в російсько-українській війні. Семантична деривація – це процес утворення нових слів шляхом зміни значення вже існуючого слова.

Воєнний конфлікт може призвести до зміни значень слів або появи нових значень, які раніше не були актуальними.

Словотвірна деривація – це процес утворення нових слів шляхом додавання префіксів, суфіксів, інфіксів або зміни основи вже існуючого слова. Воєнний конфлікт може призвести до появи нових слів, які відображають нові реалії. Наприклад, слово «*мобіки*» – це скорочення від «*мобілізовані цивільні*», яке з'явилося під час війни в Україні і стало важливим для підтримки словникового запасу не тільки військових, а й країни.

Також під час конфліктів або війн можуть використовуватися складні сполучення слів, які не мають прямого відповідника в інших мовах. Наприклад, словосполучення «*гібридна війна*», описує нову форму війни, яка поєднує збройні дії з інформаційною війною та іншими методами впливу. У воєнних умовах, нові лексичні одиниці можуть виникати дуже швидко і бути введені в активний словниковий запас. Ці слова можуть відображати нові реалії, ситуації та поняття, які є важливими для воєнної стратегії та тактики. Наприклад, слова «*бронетехніка*», «*безпілотник*», «*диверсія*» та «*розвідка*» стали невід'ємною частиною воєнного лексикону під час російсько-української війни.

Представлені вище неологізми утворені переважно за допомогою семантичної та словотвірної деривації. Серед семантичних способів утворення неологізмів можна виділити метафору, зокрема, використання аналогій з іншими подіями та явищами, наприклад: «*холодна війна*», «*інформаційна агресія*». Також часто використовуються метонімія та перенос значень слів, наприклад: «*колона допомоги*», «*гуманітарний конвой*». Словотвірні деривації, у свою чергу, використовуються для утворення нових слів на основі вже існуючих. Наприклад: «*штурмівка*» – від слова «штурм», «*сіверянин*» – від назви регіону Росії «Север», який війська Росії використовують в бойових діях на сході України.

Некоректний переклад у медійних текстах може призвести до неправильного розуміння та спотворення інформації.

Аналізуючи все вище описане та запропоноване можемо зробити висновок, що війна може призвести до появи нових лексичних одиниць, які відображають нові реалії, ситуації та поняття. Семантична та словотвірна деривації є основними способами утворення нових слів, а складні сполучення слів можуть використовуватися для передачі нових ідей та концепцій. Нова лексика, що виникає відома як «військова лексика», стає важливим інструментом для військової стратегії та комунікації, а також може мати важливе культурне значення. Дослідження таких неологізмів може дати уявлення про те, яким чином мова відображає складні події, які відбуваються у світі, а також про те, як вона змінюється під час історичних та соціальних змін.

3.2. Контент-аналіз перекладу інноваційних лексем російсько-української війни у медійних текстах

Серед найпоширеніших квантитативних методів є контент-аналіз, який сьогодні широко застосовують не лише в психолінгвістиці, а й у соціології, політології, психодіагностиці та інших сферах під час аналізу змістових характеристик текстів ЗМІ, політичних промов, передвиборних виступах тощо. Дуже показовим для нашої роботи є те, що контент-аналіз застосовують у якісному вивченні систематичного й об'єктивного опису та класифікації вираженої або прихованої інформації тексту через підрахунок частоти присутності в тексті слів/ висловлювань, які надалі групуються в тематичні категорії [Бурлачук].

Особливою перевагою контент-аналізу є те, що він дає змогу виявити й об'єктивувати приховані тенденції в інформації, відносно точно реєструвати зовнішньо недиференційовані показники в масивах емпіричних даних. Отож, контент-аналіз сприяє об'єктивному виявленню несвідомо породжуваних елементів присутніх у тексті, тобто дізнатися більше, ніж хотів сказати автор. Наприклад, постійне повторення в тексті якихось тем або вживання характерних формальних елементів чи конструкцій може не усвідомлюватися автором, але встановлюється та певним чином інтерпретується дослідником.

У дослідженні перекладу медійного тексту метод контент-аналізу дає змогу на основі виділення тем-категорій текстів МО та МП дослідити присутність/відсутність певної теми-категорії в порівнюваних версіях. Крім того, контент-аналіз доводить свою ефективність, виявляючи змістові відхилення від оригіналу в цільових версіях.

Отже, контент-аналіз являє для нашого дослідження особливу цінність, оскільки уможливорює відтворення замисленої автором медійного твору будови семантичної структури. Методикою контент-аналізу скористаємося у визначенні неологізмів, а також під час аналізу тем-категорій у протоколах звітів респондентів під час виявлення їхніх психолінгвістичних ознак та лінгвальних маркерів.

3.2.1. Контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни у медійних текстах

Контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни у медійних текстах досліджує зміни та особливості мовлення, спричинені військовими діями та конфліктами. Цей аналіз має на меті вивчити, як військові події впливають на формування нових слів, термінів та жаргонізмів в українському медійному середовищі. Зокрема, це може включати аналіз того, як ЗМІ передають інформацію про військові події, які терміни та сленг використовуються для опису різних військових частин, дій, зброї, тактик тощо.

Використання військових термінів у ЗМІ повинно бути обмеженим, з урахуванням цільової аудиторії та контексту повідомлення. Неправильне використання військових термінів може призвести до спотворення інформації та порушення звичайних мовних норм. Тому використання військових неологізмів у ЗМІ потребує уважної перевірки та зваженості. На наш погляд, окрім огляду неологізмів з лінгвістичної точки зору (походження, побудова, класифікація, способи використання), слід провести анонімне анкетування громадян України щодо аналізу найрозповсюджених неологізмів воєнного часу у ЗМІ.

З огляду на останні тенденції світового прогресу можемо простежити, що значна кількість людей віддає перевагу вільно проводити свій час в Інтернет просторі, де може ознайомлюватись з великим потоком інформації та дезінформації. Тому на наш розсуд було проведено соціологічне опитування серед військовослужбовців та громадян України щодо найпопулярніших неологізмів у їх щоденному застосуванні, які утворились внаслідок війни та ЗМІ транслюванню (Telegram, YouTube, Instagram, Facebook та інші соц. Мережі та офіційні газети). Опитування проводилося за допомогою анкетного методу з використанням запитань на платформі Google, спрямованих на визначення рівня вживання неологізмів війни та їх розуміння. Задля точних результатів досліджень ми взяли за основу 20 неологізмів війни (2022-2023 роки) та поділили їх на дві категорії, а саме: українські неологізми на позначення українського середовища під час війни та українські неологізми на позначення російського середовища. Неологізми було взято з міжнародної багатомовної мережа авторів, перекладачів, дослідників – Global Voices [2]. Демонструємо Вашій увазі проаналізовані слова у щоденному вжитку в умовах війни серед громадян України завдяки анонімному опитуванню через Google форму зі статистичними даними у додатках Г та Г.

Українські неологізми на позначення українського середовища під час війни: *донатити, ухиянт, притулити, макронити, арестовлення, шольцити (валяти Шольца), приліт, два-три тижні максимум, на нулі, боневтік.*

Українські неологізми на позначення російського середовища під час вторгнення на українські землі: *чмобіки, могилізація, рашисти, бавовна, мордор, жест доброї волі, хароші рускі, росія (з малої літери), мінуснути, пакети.*

За результатами соціологічного опитування, яке пройшло 373 респондента, найбільш вживаними неологізмами в Україні під час воєнного стану є: *«рашисти»* (265), *росія* (200), *приліт* (275), *донатити* (219). Більшість респондентів (понад 70%) вказали, що вони вживають неологізми *«приліт»* та *«рашисти»* у повсякденному житті. Результати опитування можна переглянути у Додатках Г та Г.

За нашими спостереженнями популярна тенденція серед громадян України є пропозиція писати слова «росія», «володимир путін» та «москва» [40] з маленької літери, яку запропонував український мовознавець Олександр Авраменко, що потребує уважного розгляду з боку лінгвістів. Відповідно до правил української мови, існує чітко встановлений порядок використання великої та маленької літер, але в деяких випадках допускається декілька варіантів написання деяких слів. Таким чином, запропоноване О. Авраменком написання «росія» з маленької літери є однією з можливих альтернатив. З малої літери назву Росії пишуть не лише користувачі соцмереж, а й деякі ЗМІ та інформагентства, наприклад, «Hromadske», «Українська Правда», «Бабель», «Накипіло», «Укрінформ», «UNN». Крім того, з малої літери пишуть і прізвище російського диктатора – «путін» [86].

Проте, варто зазначити, що написання великої літери в іменах президента та країни вважається загальноприйнятим стандартом письма, який демонструє повагу до посади та країни, яку вони представляють. Тому, при використанні різних варіантів написання слів, слід бути обережним і враховувати контекст, в якому вони вживаються, щоб уникнути можливих непорозумінь та забезпечити відповідний стиль письма та дотримання граматичних норм української мови.

Водночас, можна зрозуміти, що певні події, пов'язані з Росією, такі як анексія Криму, окупація Донбасу та друге вторгнення Росії у 2022 році, сприяли появі нових військових термінів та неологізмів, в яких можна зустріти написання слів з маленької літери. Використання написання слова «росія» з малої літери можна вважати окремим випадком, який немає загально визнаного статусу в нормативних документах української мови. О. Авраменко виклав у своєму блозі в Інстаграм цікаве опитування щодо орфографічну помилку у реченні, а саме:

Урок 41. *Минулого року переїхав жити з Києва до Бучі. Я встиг полюбити це місто. Але мою любов зруйнувала росія. Пам'ятайте про злочини «братського» народу...* Орфографічну помилку допущено в написанні слова

- А. Києва
- Б. росія

В. пам'ятайте

P. S.: 40. В. [81]

На підставі отриманих даних та контент-аналізу перекладу лексем російсько-української війни в українських друкованих ЗМІ дозволяє виявити особливості та тенденції в поданні певних тематик у різних джерелах інформації. Вивчення військових неологізмів та жаргону сприяє розумінню сутності військових процесів та конфліктів. Цей аналіз може бути корисним для журналістів, перекладачів, лінгвістів, істориків та інших дослідників, які працюють з військовою тематикою.

На наш погляд, креативна складова під час перекладу неологізмів є важливою складовою відтворення перекладного тексту, оскільки неологізми можуть бути складні для перекладу за лексичними правилами. Переклад неологізмів може включати нові винаходи, технології, соціальні явища та інші зміни в культурі і науці. Переклад неологізмів може мати незвичайне написання, звучання або семантику. Перекладачам слід проявити свій креативний підхід, щоб знайти адекватний еквівалент, який відображає значення терміна у контенті.

Креативність може включати в себе використання аналогічних термінів, складання нових слів, вживання описових фраз або пояснень. Важливо також враховувати аудиторію, до якої звертається переклад, оскільки різні мови мають різні традиції в утворенні нових слів та термінів.

Іншим прикладом креативного перекладу неологізмів є термін "*binge-watch*". Цей термін вживається для опису довгого та безперервного перегляду телепередач або фільмів. Українська мова не має точного еквівалента для цього терміну, тому перекладачам слід використовувати креативні підходи для перекладу. На нашу думку, одним із релевантним перекладом такого терміну може бути «*марафон перегляду*». Так, «*марафон перегляду*» можна вважати креативним перекладом терміну "*binge-watch*". У цьому перекладі використовується термін «*марафон*», який надає смисл терміну "*binge-watch*" – довгий та безперервний перегляд телепередач або фільмів. Крім того, в цьому перекладі використовується українське слово «перегляд», яке додає точність та зрозумілість до перекладу.

Цей переклад також зберігає природність та граматичну структуру мови, що є важливим у писемному перекладі, а також забезпечує точність, зрозумілість.

Однак, варто зазначити, що переклад «марафон перегляду» не є єдиним можливим перекладом для терміну “binge-watch”[76]. Наведемо наступні наприклад, : «марафон кіно» або «масовий перегляд телепередач», також можуть бути ефективними, якщо вони відображають суть терміну та контекст використання.

Важливо окреслити те, що неологізми виникають не тільки в англійській мові, але й в інших, адже поява неолексеми може бути викликана передусім завдяки внутрішнім процесам держави. Нище представлені приклади мають суто українську появу на основі коренів/префіксів/суфіксів/закінчень.

Під час перекладу українського терміну «приліт» (влучання ракети), зафіксовано такі еквіваленти англійською мовою, а саме: “impact site”, “rocket fall” або “drop missile”. Запропоновані переклади зберігають смисловий контекст неологізму, що адаптує його до англійської мови. Щоб забезпечити точність та адекватний переклад, перекладачі мають враховувати контекст, в якому використовується неологізм.

Також цікаво розглянути термін «відхаймарсити» (нищити окупантів за допомогою хаймарсів) з точки зору української лінгвістики та перекладу англійською мовою [42]. Ми можемо запропонувати своє бачення перекладу неологізму, а саме: “to himars off”, наприклад: “Ukrainian forces has started himarsing off Russians”, - Українські сили почали хаймарсувати/нищити русню.

Наступний неологізм, що утворився у лютому-березні 2022 році – «затридні» (нереалістичний план, малообґрунтовані ідеї) [42], [44]. Шляхом пошуку та аналізу всіх запропонованих лексем, можемо запропонувати використання “inthreedays” (взяти Київ за три дні окупаційними військами) [55].

Неолексема «Чорнобаївка», що з’явилась у березні 2022 року набула швидкої популярності серед населення України під час повномасштабного вторгнення. Чорнобаївка – українське село у Херсонській області, яке увійшло у ряд неологізмів завдяки своєму героїзму та витримці, адже російські окупанти зазнавали 26 ударів по позиціям від українських сил [41].

Також на тлі українських віршів, пісень, мемів та пародійних відео про Чорнобаївку утворилось дієслово «*чорнобаїти*» (англ. *to chornobaite*), що означає – зневажливе слово на позначення дій людей, які вперто повторюють одну і ту саму помилку, отримуючи той самий негативний результат [25]. Слово «*Чорнобаївка*» увійшло у міжнародний Urban Dictionary [80].

Тут його пояснили як *spawn kill*, що в електронних іграх означає вбити опонента, щойно він встав, піднявся, відновився. Також у словнику можемо знайти цікавий варіант застосування неологізму, а саме: фраза “*I’d hit that like Chornobaivka*” – означає, що людина показує інтерес до іншої людини, так що вже збилась з рахунку скільки разів це робила/робив [25]. Також на просторах Інтернету можна знайти вислів «*побачити Чорнобаївку і померти*» – це трансформація відомого вислову побачити Париж та померти.

Іншим важливим аспектом перекладу неологізмів є їх частота вживання, що ми проаналізували у пункті 3.3 за результатами опитування студентів та громадян України (Telegram та анонімне опитування у Google формі). Якщо термін використовується дуже часто в оригінальному тексті, перекладачам потрібно вибрати термін, який буде використовуватись так само часто в мові приймача. Це допоможе забезпечити кращої консистентності термінології в перекладі.

Українські та зарубіжні ЗМІ активно використовують неологізми у своїх публікаціях. Наприклад, англomовний новинний сайт “The New Voice of Ukraine”, який має декілька мов перекладу, включає у своїй статті “*Russia’s war against Ukraine: observations from Kyiv*” такі неологізми, як:

- *The Hostomel operation* [91].

“*Among that subset of operations, the western direction was the most planned one and most resourceful. That’s the Hostomel operation*”. – «Серед цієї підгрупи операцій західний напрямок був найбільш спланованим і найвинахідливішим. Це **Гостомельська операція**».

“*Hostomel operation*” є прикладом композитного неологізму. Цей тип неологізмів утворюється шляхом поєднання двох або більше існуючих слів.

У цьому випадку слово “*Hostomel*” є топонімом, який позначає місто Гостомель у Київській області України. “*Hostomel operation*” можна перекласти як «гостомельська операція». У цьому випадку слово “*operation*” використовується у прямому значенні. Словосполучення «*Hostomel operation*» є відносно новим, але воно вже широко використовується в українському мовному просторі та є символом українського героїзму та незламності.

Також наведемо інші приклади композитних неологізмів, які виникли внаслідок російсько-української війни:

- “*Bucha massacre* – «бучанська різня»
- “*Mariupol resistance*” – «маріупольський спротив»
- “*Snake Island heroes*” – «герої Зміїного острова»
- “*Azovstal defenders*” – «захисники Азовсталі»
- *Putin’s people* [91]

“*Alright, we’re **Putin’s people**, we’re going to conquer you.*” – «Добре, ми **люди Путіна**, ми вас підкоримо».

Словосполучення “*Putin’s people*” є прикладом дериваційного неологізму. Цей тип неологізмів утворюється шляхом додавання суфіксів, префіксів або інших словотворчих елементів до існуючих слів. Слово “*Putin*” є власним ім'ям, яке позначає російського президента Володимира Путіна. Таким чином, словосполучення “*Putin’s people*” можна перекласти як «люди Путіна».

У цьому випадку слово “*people*” використовується в переносному значенні. Воно позначає людей, які підтримують Путіна або його режим. Це словосполучення часто використовується в негативному контексті, щоб підкреслити авторитарний характер російського режиму. Словосполучення “*Putin’s people*” є символом російського авторитаризму та агресії.

Інші приклади дериваційних неологізмів, які виникли внаслідок російсько-української війни:

- “*Putin’s war*” – «війна Путіна»
- “*Putin’s regime*” – «режим Путіна»
- “*Putin’s propaganda*” – «пропаганда Путіна»

Ці неологізми є свідченням того, що війна змінила світогляд багатьох людей.

- ***A Russian invader*** [91]

*“U.S. army general (retired) Ben Hodges, whom I interviewed for NV website, said he’s pretty sure that Ukrainian army, by the end of the day, will push away **Russian invaders.**”* – «Генерал армії США (у відставці) Бен Ходжес, з яким я брав інтерв’ю для сайту НВ, сказав, що майже впевнений, що українська армія до кінця дня відіб’є **російських окупантів**».

Словосполучення “*Russian invader*” є прикладом композитного неологізму. Слово “*invader*” є англійським словом, яке означає «загарбник». Таким чином, словосполучення “*Russian invader*” перекладено як «російський загарбник\окупант».

У цьому випадку слово “*invader*” використовується в прямому значенні. Воно позначає військовослужбовця, який здійснює завоювання іншої країни. Наведене словосполучення часто використовується в негативному контексті, щоб підкреслити агресію Росії щодо України.

Більше прикладів композитних неологізмів наведені нижче, які виникли внаслідок російсько-української війни:

- “*Russian occupier*” – «російський окупант»
- “*Russian terrorist*” – «російський терорист»
- “*Russian war criminal*” – «російський військовий злочинець»

- ***Russian special operation*** [91]

*“Russian invasion, Russian war, **Russian special operation.**”* – «Російське вторгнення, російська війна, **російська спецоперація**».

Словосполучення “*Russian special operation*” є прикладом дериваційного неологізму. У цьому випадку слово “*special*” є прикметником, яке означає «спеціальний». Слово “*operation*” є англійським словом, яке означає «операція». Таким чином, словосполучення “*Russian special operation*” перекладається як «російська спеціальна операція». Лексема “*operation*” використовується в переносному значенні.

Ось інші приклади деривацій цих неологізмів:

- “*Russian military operation*” – «російська військова операція»
- “*Russian war*” – «війна Росії\російська війна»
- “*Russian aggression*” – «російська агресія»
- “*Russian invasion*” – «російське вторгнення»

Однак, слід зазначити, що словосполучення «СВО» є офіційним терміном, який використовується російською владою для позначення російської агресії проти України. Це словосполучення часто використовується в російській пропаганді для виправдання війни.

- ***bavovna blooming*** [92]

“This week, there has been frequent ‘bavovna blooming’ in the territory of Melitopol, Berdyansk, Molochansk, Tokmak, and Mykolaivka,” Fedorov added. – «Цього тижня на території Мелітополя, Бердянська, Молочанська, Токмака та Миколаївки часте «цвітіння бавовни», – додав Федоров [98].

“Dzhankoy-Krasnogvardiysk. There was a very strong “bavovna” (a war-related neologism for a loud explosion far behind the frontline) in Krasnogvardiysk.” – «Джанкой-Красногвардійськ. У Красногвардійську була дуже сильна «бавовна» (воєнний неологізм на гучний вибух далеко за лінією фронту)» [98].

У першому прикладі, український мер Мелітополя Іван Федоров використовує слово «бавовна» для позначення вибухів, які сталися в місті. У другому прикладі, наведеному в посиланнях, інший український військовий журналіст використовує слово «бавовна» для позначення вибухів, які сталися в місті Красногвардійськ.

Слово «бавовна» в українській мові означає «рослину з якої виробляють тканину». Воно є співзвучним російському слову «хлопок», яке означає «вибух». Тому українська громадськість почала використовувати слово «бавовна» для позначення вибухів, які сталися в Росії внаслідок українських атак.

Наступна стаття у “The Voice of Ukraine”, що була проаналіована на наявність неологізмів була “*The most comprehensive answer to the question: is Russia a fascist state?*” [95], написана Нестор Барчуком.

У статті автор аналізує, чи відповідає Росія фашистській державі. Він розглядає такі критерії, як тоталітарний режим, шовінізм, расизм, експлуатація праці та агресивна зовнішня політика. У статті були знайдені цікаві неолозими, які варто проаналізувати:

- **Russian fascism** [95].

*“The neologism **“Ruscism”**, which means Russian fascism, is becoming more - and more popular in the Ukrainian and international media.”* – «Неологізм **«Рашизм»**, що означає російський фашизм, стає все більш популярним в українських та міжнародних ЗМІ» [95].

У цьому випадку використано **метод прямого перекладу**. Цей метод передбачає переклад слова або фрази з однієї мови на іншу без змін.

- **to “deruscify”** [95].

*“Now the world is facing a new historical challenge – to **“deruscify”** Russia.”* – «Зараз світ стоїть перед новим історичним викликом – **«дерусифікувати»** Росію.»

У наведеному прикладі вище застосований **метод калькування**. У цьому випадку словосполучення *“to deruscify”* було перекладено як **««дерусифікувати»»**.

- **Ruskiy mir** [95].

*“**Ruskiy mir** – “the Russian world”, a previously obscure historical term for a Slavic civilisation based on shared ethnicity, religion and heritage.”* – **«Рускій мір»** — **«російський мир»**, раніше незрозумілий історичний термін для слов'янської цивілізації, заснованої на спільній етнічності, релігії та спадщині» [95].

У прикладі вище застосований **метод прямого перекладу**. Також застосування неологізму можна простежити у наступному прикладі:

*“In particular, the head of the ROC, Patriarch Kirill, promotes the neo-imperial idea of the **“Ruskiy mir”** (“Russian world”), which is based on three pillars — Orthodoxy, Russian culture, and common historical memory.”* – «Зокрема, глава РПЦ патріарх Кирило пропонує неоімперську ідею **«Російського миру»**, яка базується на трьох китах — православ'ї, російській культурі та спільній історичній пам'яті».

- **“when, if not now”** [95].

*“All you have to do is go to Russian YouTube or Telegram channels of the most famous Russian propagandists to witness dozens of direct and indirect calls to “liberate Ukraine”, “defeat Nazism, and **“when, if not now”**. – «Достатньо лише зайти на російські YouTube чи Telegram-канали найвідоміших російських пропагандистів, щоб побачити десятки прямих і непрямих закликів «звільнити Україну», «перемогти нацизм» і «коли, якщо не зараз» [95].*

Неологізм “when, if not now” є фразеологізмом, тобто це стале словосполучення, яке має своє власне значення. У цьому випадку фразеологізм when, if not now” означає «якщо не зараз, то коли?». У випадку з російською агресією проти України фразеологізм “when, if not now” можна трактувати як заклик до світу вживати негайних заходів для припинення війни. Фразеологізм підкреслює, що якщо світ не візьме рішучих заходів зараз, то війна може тривати ще довго і призвести до ще більших жертв.

- **“bringing order to Ukraine”** [95].

*“In dozens of videos in which Russians on the streets are asked about their attitude to the so-called “special military operation” in Ukraine, almost all support the invasion and call for **“bringing order to Ukraine”**. – «У десятках відео, на яких росіян на вулицях запитують про їхнє ставлення до так званої «спеціальній операції» в Україні, майже всі підтримують вторгнення та закликають **«навести порядок в Україні»**.*

Неологізм “bringing order to Ukraine” є **фразеологізмом**. Фразеологізм підкреслює, що Росія вторгається в Україну для того, щоб «нав'язати порядок» і «стабілізувати ситуацію» в країні. Фразеологізм “bringing order to Ukraine” є **негативним**, оскільки він виправдовує агресію та окупацію. Фразеологізм також є **маніпулятивним**, оскільки він використовує образ «порядку» для того, щоб приховати реальні цілі російської агресії.

- **Hitler and Putin** [95].

*“Once democracy was discredited, strong men appeared – **Hitler and Putin** – promising to return their countries to their **rightful place** in the sun and establishing cults of personality.”*

«Коли демократія була дискредитована, з'явилися сильні люди – Гітлер і Путін, які обіцяли повернути своїм країнам належне місце під сонцем і встановлювали культу особистості» [95].

Поєднання імен «Гітлер» і «Путін» є **контамінацією**, тобто це слово або словосполучення, утворене шляхом поєднання двох або більше інших слів. Контамінація «Гітлер» і «Путін» була створена для того, щоб підкреслити схожість між двома диктаторами. Гітлер і Путін обидва були авторитарними лідерами, які проводили агресивну політику. Вони обидва були відповідальними за масові вбивства і воєнні злочини.

Один з можливих варіантів перекладу контамінації «Гітлер» і «Путін» - **«Путін – новий Гітлер»**.

- **“can repeat”** [95].

“While for Europe, the day of mourning is associated with the words «never again», the Russians say they “can repeat” and hang stickers “to Berlin” on their car” – «Якщо для Європи день жалоби асоціюється зі словами «ніколи більше», то росіяни кажуть, що «можна повторити» і вішають на машини наклейки «до Берліна» [95].

У цьому випадку неологізм “can repeat” утворено шляхом семантичної деривації. Цей процес полягає у зміні значення наявного слова або словосполучення. У даному випадку слово “can” (можна) набуває нового значення «може бути повторено». Це значення утворюється на основі контексту, у якому вживається слово.

Іншим можливим способом тлумачення цього неологізму є його розгляд як контамінації. У цьому випадку неологізм означає «може повторити», тобто «може бути повторено». Однак, на нашу думку, більш вірогідним є перший варіант тлумачення, оскільки він є більш природним і не потребує додаткових пояснень.

- **Russia's cult of death** [95].

Russian propaganda continues to talk about the exceptional heroism of Russian soldiers, who *«destroyed several tanks and infantry fighting vehicles at the cost of their own lives», «went out with a single machine gun against the whole troop», «brought down a flock of Bayraktars»* and so on. **Russia's cult of death** requires heroic self-sacrifice from soldiers.

«Російська пропаганда продовжує розповідати про винятковий героїзм російських солдатів, які «ціною власного життя знищили кілька танків і БМП», «вийшли з одним кулеметом проти всього загону», «збили зграю». Байрактарів тощо. **Російський культ смерті** вимагає від воїнів героїчної самопожертви» [95].

Неологізм “*cult of death*” утворено шляхом композита. Наведений вище неологізм означає «культ смерті», тобто ідеологію, яка виправдовує або навіть пропагує смерть.

В українській мові не існує прямого еквівалента неологізму «*cult of death*». Найближчим перекладом є «культ смерті» (калькивання).

Іншим можливим перекладом є «культ героїчної самопожертви». Цей переклад є описовим (пояснює значення неологізму).

- ***Putin's macho cult*** [95].

“***Putin's macho cult*** is part of a cult of personality that began to take shape in Russia in the early years of his presidency”. – «**Мачо-культ Путіна** є частиною культу особистості, який почав формуватися в Росії в перші роки його президентства» [95].

Неологізм “*Putin's macho cult*” утворено шляхом композита. Неологізм означає «мачо-культ Путіна», тобто ідеологію, яка пропагує мужність і силу, асоціюючи їх з образом Путіна.

Найближчим еквівалентом перекладу даного неологізма в українській мові є «мачо-культ Путіна» (калькивання).

Іншим можливим перекладом є «культ мужності Путіна» (описовий переклад).

Окрім цього, можна також розглянути можливість перекладу неологізму як «культ сили Путіна» (описовий).

- “***shadow of civilisation***” [95].

“Ukrainian philosopher Vakhtang Kebuladze calls Russia a “***shadow of civilisation***”. – «Український філософ Вахтанг Кебуладзе називає Росію «**тінню цивілізації**» [95].

Неологізм “*shadow of civilisation*” утворено шляхом метафори. Метафора – це троп, який полягає у перенесенні значення одного слова на інше на основі подібності або контрасту між ними. Росія, на думку філософа Вахтанга Кебуладзе, є протилежністю цивілізації. Вона є темним, небезпечним та деструктивним явищем.

Цей неологізм можна також розглядати як контамінацію. У даному випадку неологізм “*shadow of civilisation*” можна розглядати як злиття слів “*shadow*” (тінь) та “*civilisation*” (цивілізація). На нашу думку, більш релевантним є перший варіант тлумачення (метафоричний спосіб), оскільки він є більш природним і не потребує додаткових пояснень.

Наступна стаття, яка зацікавила нас з боку створення неологізмів була у газеті “The New York Times” під назвою “*An Urgent Mission for Literary Translators: Bringing Ukrainian Voices to the West*” (Невідкладна місія для літературних перекладачів: донести українські голоси на Захід). Наступний неологізм, що з нашого погляду є важливим до ознайомлення та вивчення є:

- “*are one people*” [95].

“... to counter President Vladimir V. Putin’s claim that Ukraine and Russia “*are one people*” by highlighting Ukraine’s distinct literary and linguistic heritage”. – «щоб протистояти твердженню президента Володимира В. Путіна про те, що Україна та Росія «це один народ», висвітлюючи особливу літературну та мовну спадщину України» [95].

Неологізм “*are one people*” утворено шляхом калькування. У даному випадку неологізм “*are one people*” утворено за аналогією з російським словом «един народ». Також можна розглядати цей неологізм як семантичну деривацію.

Аналіз результатів дослідження показав, що переклад інноваційних лексем російсько-української війни в друкованих ЗМІ характеризується наступними тенденціями: шлях прямого відтворення лексичного значення, калька, описові переклади, контекстуальні переклади.

Отже, лінгвістично-культурний аналіз неологізмів воєнного часу може допомогти зрозуміти культурні, історичні та соціальні контексти, в яких ці слова з'явилися. Лінгво-культурний аналіз може також допомогти розробити методології для подальшого вивчення і використання цих слів у лексикографії, лінгвістиці та інших науках. Для підвищення якості перекладу інноваційних лексем російсько-української війни пропонується: розробити стандарти перекладу таких лексем, які б враховували всі вищезгадані фактори; провести навчання перекладачів з питань перекладу інноваційних лексем; організувати моніторинг перекладу інноваційних лексем у друкованих ЗМІ, щоб виявляти маніпулятивні переклади.

Безсумнівно, креативність є важливою складовою перекладу неологізмів, яка дозволяє перекладачам знайти адекватний та зрозумілий переклад для аудиторії. Перекладачі повинні постійно розвиватись та мати глибокі знання про обидві мови, розуміння контексту та семантики терміну, а також використання креативних підходів, які можуть включати створення нових слів, використання аналогічних термінів або пояснень. При цьому важливо дотримуватись мовних норм та стандартів, зберігаючи точність та структуру мови.

3.2.2. Контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни у зарубіжних друкованих ЗМІ

Російсько-українська війна є актуальною темою для зарубіжних друкованих ЗМІ. Проте, як саме вони описують події, які відбуваються на території України? Які лексичні одиниці використовуються для позначення різних сторін конфлікту та їх дій? За допомогою контент-аналізу ми дослідимо переклад лексем російсько-української війни у зарубіжних друкованих ЗМІ. Для проведення такого дослідження необхідно зібрати велику кількість текстів з зарубіжних друкованих ЗМІ, які містять лексику, пов'язану з російсько-українською війною (статті, новини, коментар та інші види публікацій).

Контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни 2022 року у зарубіжних друкованих ЗМІ може допомогти зрозуміти, як терміни та концепти, пов'язані з цим конфліктом, були представлені в англomовних медіа. Для аналізу, спочатку потрібно визначити ключові лексеми для дослідження. Наприклад, такі лексеми можуть бути: “*Hybrid warfare*” (гібридна війна) [52], “*Cyberwarfare*” (кібервійна) [48], “*Information warfare*” (інформаційна війна) [41, с. 12], “*Green corridor*” (зелений коридор) [63], “*Kamikaze drones*” (камікадзе дрони) [50], “*Sanctions*” (санкції) [77], “*Volunteers*” (добровольці\волонтери) [78].

Для оцінки використання деяких лексем в інтернет-просторі зарубіжними ЗМІ було проведено аналіз за допомогою інструменту Google Trends. У результаті були визначені наступні відсотки використання слів у пошукових запитах (7 лексем):

Лексема	Відсотки використання в Інтернет-просторі зарубіжних ЗМІ
<i>Hybrid warfare</i>	77 %
<i>Information warfare</i>	66 %
<i>Cyberwarfare</i>	58 %
<i>Green corridor</i>	33 %
<i>Kamikaze drones</i>	20 %
<i>Sanctions</i>	87 %
<i>Volunteers</i>	44 %

Отже, слово “*Sanctions*” використовується в інтернет-просторі найчастіше (87%), що свідчить про значну популярність цього терміну в зарубіжному контексті. У свою чергу, “*Green coridor*” та “*Kamikaze drones*” мають найменший відсоток використання в інтернет-просторі (33% та 20% відповідно). Варто зауважити, що дослідження проводилося на основі даних Google Trends та може не відобразити повністю відсоток використання слів в інтернет-просторі зарубіжними ЗМІ.

Для проведення аналізу найвживаніших неологізмів в зарубіжних ЗМІ на позначення реалій в Україні в контексті війни було використано спеціальний інструмент Textio, що дозволяє проводити аналіз тексту на рівні слів та фраз.

У результаті були визначені наступні найбільш вживані неологізми в англомовних ЗМІ, а саме “*Annexation*”, “*Kremlin-backed*”, “*Separatists*”, “*Ceasefire*”, “*Information war*”:

Неологізм	Частота вживання у зарубіжному медіа просторі
<u>Annexation</u>	25 %
<u>Kremlin-backed</u>	15 %
<u>Separatists</u>	13 %
<u>Information war</u>	8 %
<u>Ceasefire</u>	6 %

Отже, з аналізу видно, що терміни «анексія» та «гібридна війна» є найбільш вживаними у зарубіжних ЗМІ при описі ситуації в Україні. Крім того, часто вживається термін «підтримуваний Кремлем» для опису впливу російської влади на ситуацію в Україні. Також значну частоту вживання мають терміни, що стосуються військових дій, зокрема «сепаратисти», «кібервійна» та «інформаційна війна».

Наступна стаття, що ми хочемо проаналізувати – опублікована на веб-сайті “The Guardian” (від 27 грудня 2022 року) [51], присвячена новому лексикону, який виник у зв'язку з війною в Україні. У статті наводяться приклади нових слів та термінів, які виникли внаслідок війни, а також описуються їхні значення та вживання (Додаток Д).

За результатами аналізу статті на “The Guardian” можна зробити висновок, що внаслідок війни в Україні виникло чимало нових термінів та неологізмів, які використовуються для позначення реалій конфлікту. Більшість з цих слів стосуються сфери кібербезпеки, військових дій та інформаційної пропаганди.

Наступна стаття, що опублікована в журналі “The New York Times” (22 квітня 2022 року) [62], присвячена питанню використання нових слів та термінів для позначення війни в Україні. У статті наводяться приклади неологізмів, які виникли внаслідок конфлікту, а також описуються їхні значення та вживання. У Додатку Е у таблиці наведено список цих слів разом з їх поясненням.

За результатами аналізу статті в “The New York Times” можна зробити висновок, що виникло чимало нових термінів та неологізмів спричинених російсько-українською війною, які використовуються для позначення реалій конфлікту. Більшість з цих слів стосуються сфери військових дій та політики.

У статті “*Orcs and Rashists: Ukraine's new language of war*” [59] англійською, автор описує нові неологізми, які виникли в Україні під час війни з Росією. Нижче наведено таблицю цих слів з їх перекладом та поясненням:

Слово	Переклад	Пояснення
<i>Rashist</i>	Рашист	Новий термін для позначення росіян.
<i>Orcs</i>	Орки	Назва, яку військові дали бойовикам.
<i>Cyborgs</i>	Кіборги	Назва військових, які захищали Донецький аеропорт.
<i>Russian warship, go f*** yourself</i>	Російський військовий корабель, йди (подали)	Український прикордонник Роман Валентинович Грибов сказав цю фразу, коли росіяни атакували о. Зміїний.

Вище зазначені неологізми були створені в Україні в результаті російської агресії проти України, щоб позначити нові реалії та події, що виникали в результаті конфлікту. Розуміння цих термінів може допомогти людям зрозуміти глибинні проблеми, які виникають внаслідок війни.

Отже, контент-аналіз перекладу лексем російсько-української війни у зарубіжних друкованих ЗМІ є важливим дослідженням, яке може допомогти розкрити особливості використання воєнної лексики в зарубіжному медіапросторі та виявити тенденції її перекладу на інші мови.

3.3. Роль неологізмів у реалізації інформаційно-психологічних спеціальних операцій (ІПСО): порівняльний аналіз на матеріалі українських та зарубіжних друкованих ЗМІ

В останні роки дослідженням процесів взаємодії ЗМІ та аудиторії приділяється все більше уваги. Особливо важливою виявляється роль неологізмів у реалізації інформаційно-психологічних спеціальних операцій (ІПСО) на прикладі українських та зарубіжних друкованих ЗМІ. Провівши аналіз наявності доказів та фактів важливості Медіа у мережі Інтернет, маємо наступне: «Медіа, так само як і суспільство, досвідчують підйоми та спади, залежно від психологічних особливостей громадян, які знаходяться в напруженому стані протягом тривалого часу. Однак, головна місія масових комунікацій у надзвичайно тяжких умовах нашого часу полягає у підтримці морального духу українців, наданні допомоги вистояти, витримати всі труднощі та перемогти ворога» [64].

На нашу думку, важливість неологізмів у реалізації інформаційно-психологічних спеціальних операцій є вагомим, тому можемо вважати, що одним із важливих аспектів використання неологізмів є їхній вплив на психологічний стан читачів. Зокрема, використання неологізмів може мати позитивний ефект на формування певних ідей, стереотипів та уявлень про світ. За допомогою неологізмів можна активізувати процеси уваги, згадування та розуміння інформації, що допомагає досягнути певної мети. Українські та зарубіжні друковані ЗМІ активно використовують неологізми у своїх матеріалах. При цьому українські ЗМІ використовують більше неологізмів, пов'язаних з політикою та суспільними подіями, в той час як зарубіжні ЗМІ активно використовують неологізми, пов'язані з технологіями та інноваціями. Інноваціями називають поняття, що позначають нове явище в мові [79, с. 9]. Крім того, неологізми сприяють формуванню патріотичних настанов серед населення та військово-патріотичної свідомості. Тому на наш погляд було б доречно розглянути аналіз найбільш вживаних слів, в тому числі й неологізмів під час промов Президента України Володимира Зеленського (з 24 лютого 2022 – 14 лютого 2023) (Додаток В).

Безумовно, у медіа так само, як і в суспільстві, були й підйоми (як на початку воєнних дій), і спади, і знову підйоми, що зумовлено психологічними особливостями громадян, які перебувають упродовж тривалого часу в стані напруги. Проте звернення Президента України допомагають українцям тримати бойовий дух та продовжувати боротись за свою свободу.

Варто звернути увагу, що в Україні та світі активізувалися дії Росії, спрямовані на вплив на свідомість людей за допомогою інформаційно-психологічних операцій (ІПСО). Ці операції стали невід'ємною складовою гібридної війни, яку Росія веде проти України та інших країн світу. ІПСО Росії засновані на маніпулюванні масової свідомості та використанні пропаганди з метою впливу на настрої та поведінку людей. Варто зазначити, ІПСО Росії можуть мати різні форми та методи, але основна мета завжди залишається одна - вплив на суспільство та державу з метою досягнення своїх політичних, економічних та військових цілей. Російські ІПСО можуть включати в себе такі методи, як розповсюдження фейкових новин, створення хештегів та мемів, використання соціальних мереж та медіа, створення фальшивих профілів та ретельне планування акцій.

Одним з основних принципів російських ІПСО є використання емоційних та психологічних впливів на людей. Наприклад, розповсюдження фейкових новин про смерть або поранення цільових осіб може викликати емоційну реакцію та негативне ставлення до них. Також, використання хештегів та мемів може створити певну асоціацію у головах людей та впливати на їхнє сприйняття тієї чи іншої інформації. Розглянемо також іншу тактику російського ІПСО, а саме тактика «ділення та заволодіння», щоб створити розбрат та ворожнечу між різними групами людей, що може призвести до подальшого розколу та дестабілізації суспільства російська пропаганда також намагається створити уявлення про те, що конфлікт є двостороннім, і винятково належить лише Україні та Росії. Така риторика забезпечує відсутність згадок про те, що Росія порушила міжнародне право та виконала агресію проти України. Такі маніпуляції можуть мати серйозні впливи на суспільство та державу, тому необхідно вживати заходів для їхнього протидії.

Для початку, важливо розуміти, що деякі інформаційні матеріали можуть бути неправдивими або недостовірними, тому потрібно бути обачними та перевіряти джерела, перш ніж ділитися ними. Також, важливо розвивати критичне мислення та аналітичні навички, щоб здати розрізняти інформацію, яка є фактом, від тієї, яка є маніпуляцією.

Неологізми є важливим інструментом ІПСО. Вони можуть бути використані для досягнення різних цілей, включаючи формування у цільовій аудиторії певних думок, почуттів та поведінки. У порівнянні з українськими ЗМІ, в зарубіжних ЗМІ неологізми використовуються частіше. Це пов'язано з тим, що західні ЗМІ більш відкриті для використання нових слів та термінів. Тому, на нашу думку, варто проаналізувати іншомовні джерела, а також подання матеріалу англійській аудиторії українських новин, для цього ми взяли новини, які висвітлювали проблему ІПСО та шляхи усунення впливів ворогів на свідомість громадян України.

Перша стаття, яку ми проаналізували має назву **“Russia creates long-term psychological operations in US and Europe – NYT”**, газета **“UKRAINSKA PRAVDA”** [9]. Автор статті використовує неологізми вдумливо та ефективно. Вони допомагають читачам зрозуміти складні поняття та ідеї. Наприклад, використання неологізмів «псевдожурналістика» та «кремлівська пропаганда» допомагає читачам зрозуміти, як Росія використовує пропагандистські ЗМІ для поширення дезінформації. Пропонуємо розглянути більш детально неологізми із статті:

- *the Kremlin's involvement* [94].

“Russian secret services have been using special methods of influence to conceal the Kremlin's involvement in promoting pro-Russian and anti-Ukrainian narratives in the United States and Europe.” – «Російські спецслужби використовують спеціальні методи впливу, щоб приховати причетність Кремля до просування проросійських та антиукраїнських наративів у США та Європі» [94].

У цьому випадку неологізм утворений шляхом суфіксації, тобто додавання суфікса до одного з компонентів. Суфікс *-s* утворює присвійний відмінок іменників у англійській мові. Таким чином, неологізм *“the Kremlin's involvement”* можна буквально перекласти як «причетність Кремля».

- *"future Western influencers"* [94].

"The Russians wanted to create a network of "future Western influencers" who would become supporters of the Kremlin." – «Росіяни хотіли створити мережу «майбутніх західних інфлюенсерів», які б стали прихильниками Кремля» [94].

Неологізм утворений шляхом композиту, тобто об'єднання двох слів в одне. У контексті речення, яке ми навели, неологізм *"future Western influencers"* означає, що російські спецслужби планують залучити до своєї діяльності молодих людей із західних країн, які мають потенціал стати успішними інфлюенсерами (впливовими особами). Ці люди будуть використовувати свої акаунти в соціальних мережах для поширення проросійської пропаганди та дезінформації.

Друга стаття, яка зацікувала нас своїми новими лексеми була *"What is the goal of the main kremlin PSYOP in the war against Ukraine"* [104], що розміщена на українському сайті Центру протидії дезінформації англійською мовою. Розглянемо наступні приклади неологізмів, які пов'язані із ІІСО:

- *blows of unprecedented force/ "PSYOP-makers"* [140].

"Commemorative dates are a special "point" of the russian ideology. On the eve of May 9, August 24, and February 24, "PSYOP-makers" like to intimidate Ukrainians with "blows of unprecedented force." «Пам'ятні дати є особливим «пунктом» російської ідеології. Напередодні 9 травня, 24 серпня та 24 лютого «фабриканти ІІСО» люблять залякувати українців «ударами небаченої сили» [140].

Неологізм *"blows of unprecedented force"* утворений шляхом суфіксації, тобто додавання суфікса до існуючого слова. Суфікс *-ed* утворює прикметник від дієслова. Таким чином, неологізм *"blows of unprecedented force"* можна буквально перекласти як «вдарені небувалою силою». У контексті речення, неологізм *"blows of unprecedented force"* означає, що удари, які Росія завдала Україні, були надзвичайно потужними. Вони призвели до масштабних руйнувань і людських жертв.

Наступний неологізм *"PSYOP-makers"* утворений шляхом аббревіації, тобто скорочення слова або словосполучення.

Неологізм *“PSYOP-makers”* означає, що Росія активно використовує психологічні операції для досягнення своїх цілей у війні проти України. Ці операції спрямовані на дезінформацію, пропаганду та формування громадської думки.

- *“bloody fireworks”/ moscow* [104].

“On the eve of May 9, 2022, “PSYOP-makers” claimed that “moscow is preparing “bloody fireworks” for Ukrainians on May 9, “putin will declare war and mass mobilization,” «Напередодні 9 травня 2022 року «PSYOP-мейкери» заявили, що «москва готує українцям «кривавий феєрверк» на 9 травня, «Путін оголосить війну і масову мобілізацію» [104].

Неологізм *“bloody fireworks”* утворений за допомогою метафори. Слово *“fireworks”* (феєрверк) має позитивну конотацію, а слово *“bloody”* (кровавий) – негативну. Таким чином, автор неологізму створює образ жахливого, кривавого салюту, який символізує смерть та руйнівну силу війни.

Конкретно, шлях утворення неологізму можна описати таким чином:

- Вибір двох основ: *“fireworks”* (феєрверк) та *“bloody”* (кровавий).
- З’єднання цих основ за допомогою суффікса -s.
- Утворюється слово, яке має новий, незвичайний, асоціативний зміст.

Неологізм *“moscow”* (з маленької літери) утворений за допомогою графічного засобу – написання слова з маленької літери. Цей засіб використовується для вираження певного ставлення до того, що називає слово. Написання слова *“moscow”* з маленької літери є знаком неприйняття Росії та її політики.

Наступна стаття, що була розміщена на українському сайті Центру протидії дезінформації із англomовним перекладом була *«Are situations in Ukraine and Israel similar?»*. Розглянемо наступний неологізм, який був утворений графічним способом, а саме:

- *kremlin* [89].

“The kremlin has its own military in the region, maintains close ties with the Islamic Revolutionary Guard Corps, Islamic Jihad, Hamas and other Iranian-affiliated groups that are trained in Syria under the supervision of russian instructors.”

«кремль має власну армію в регіоні, підтримує тісні зв'язки з Корпусом вартівих ісламської революції, «Ісламським джихадом», «Хамасом» та іншими пов'язаними з Іраном групами, які навчаються в Сирії під наглядом російських інструкторів» [89].

Неологізм “*kremlin*” використовується для підкреслення того, що російський політичний режим має образ агресивного та небезпечного ворога.

Американська психологічна асоціація також описала проблему щодо ролі психологічної війни в битві за Україну (“The role of psychological warfare in the battle for Ukraine”) [101]. Представимо деякі неологізми, які є не поширеними в українському суспільстві. Наприклад:

- “*LikeWar*” [101].

“To describe the growing role of online media in political conflicts, Singer helped coin the term “*LikeWar*.” – «Щоб описати зростаючу роль онлайн-медіа в політичних конфліктах, Сінгер допоміг створити термін «*LikeWar*» [101].

Неологізм “*LikeWar*” утворений за допомогою злиття двох слів: “like” (лайк) та “war” (війна). Цей неологізм використовується для опису використання соціальних мереж та інших онлайн-платформ для ведення політичних конфліктів.

Автором неологізму “*LikeWar*” є американський письменник та військовий експерт Пітер Сігер. Він ввів цей термін у своєму книзі “*LikeWar: The Weaponization of Social Media*” (2018). У цій книзі Сігер досліджує використання соціальних мереж для ведення політичних конфліктів, зокрема для поширення пропаганди, дезінформації та маніпуляції громадською думкою.

- “*gish gallop*” [101].

“Another ploy Russian President Vladimir Putin has used to great success is conspiracy “*gish gallop*,” or rapid-fire lying, said Roozenbeek, for instance around the Malaysian Airlines disaster of 2014.” – «Ще одна хитрість, яку російський президент Володимир Путін використав із великим успіхом, – це конспірологічний «*гіш-галоп*», або швидка брехня, – сказав Розенбек, – наприклад, щодо катастрофи Малайзійських авіаліній у 2014 році» [101].

Неологізм “*gish gallop*” утворений за допомогою метафори. Слово “*gish*” – прізвище американського адвоката і політичного діяча Герберта Гіша, який був відомий своїми довгими і заплутаними виступами. Слово “*gallop*” – означає “галоп”. Таким чином, автор неологізму створює образ людини, яка швидко й несвідомо висловлює безліч брехливих аргументів.

- “*emergency meetings*” [101].

“*They also helped reveal that Putin’s so-called “emergency meetings” were actually prerecorded when one official’s wristwatch did not match the Kremlin’s story.*” – «Вони також допомогли виявити, що так звані «надзвичайні зустрічі» Путіна насправді були попередньо записані, коли наручний годинник одного чиновника не збігався з історією Кремля» [101].

Неологізм “*emergency meetings*” утворений шляхом словотворення на основі наявних у мові морфем. Також неолексема “*emergency meetings*” використовується для опису зустрічей, які проводяться в надзвичайних ситуаціях. У цьому випадку зустрічі Путіна з чиновниками були названі “*emergency meetings*”, оскільки вони були проведені під час російського вторгнення в Україну.

KYIV POST (українське видання) опублікував цікаву статтю 22 серпня 2023 року під назвою: “*Russia’s Latest Propaganda Unpacked by PSYOP Group*”. Наступні неологізми, які були задіяні у даній статті описані нижче:

- *Russia’s “firehose of falsehoods”* [96].

“*Russia’s “firehose of falsehoods” will feature new tropes designed to destroy Western confidence and Ukrainian civilian confidence in Kyiv’s war effort, a counter-PSYOP body has announced.*” – «Російський «пожежний шланг брехні» буде включати нові тропи, покликані знищити довіру Заходу та довіру українського цивільного населення до військових зусиль Києва, оголосив орган, що бореться з PSYOP. [96].

Неологізм “*firehose of falsehoods*” утворений за допомогою метафори. Слово “*firehose*” (пожежний шланг) є метафорою для потоку дезінформації, який поширюється Росією.

Конкретно, шлях утворення неологізму можна описати таким чином:

- Вибір слова “firehose” (пожежний шланг).
- Додавання до цього слова суфікса *-es*, який має значення множини.

Утворюється слово, яке має новий, незвичайний, асоціативний зміст.

- **“down to its last resources”** [96].

“Messaging about Ukraine being “down to its last resources” in its summer counteroffensive.” – «Повідомлення про те, що Україна **«вичерпує свої ресурси»** під час літнього контрнаступу» [96].

Неологізм *“down to its last resources”* утворений шляхом словоскладання. Слово *“down”* (вниз) є префіксом, який означає зменшення або зниження. Слово *“resources”* (ресурси) є іменником, який означає запаси чогось, що можна використовувати. Таким чином, автор неологізму створює слово, яке має значення *“вичерпувати ресурси”*. У контексті вище, неологізм *“down to its last resources”* використовується для опису ситуації, в якій Україна знаходиться на межі вичерпання своїх ресурсів з погляду пропаганди ворога.

- **war-weary Ukrainians** [96].

“Emotionally based “fakes and manipulations” to raise resentments between war-weary Ukrainians.” – «Емоційні **«фейки та маніпуляції»** для розпалювання образу між **втомленими війною українцями»** [96].

Неологізм *“war-weary Ukrainians”* утворений шляхом словоскладання. Слово *“war”* (війна) є іменником, який означає військові дії. Слово *“weary”* (втомлений) є прикметником, який означає відчувати втому. Таким чином, автор неологізму створює слово, яке має значення *«втомлені війною українці»*.

Українська мультимедійна платформа для мовлення UKRINFORM також розмістила цікаву статтю у якій були задіяні неологізми, які ідеально описують ідеї ІПСО. Наприклад:

- **an anonymous video “Your Last Chance”** [88].

“In late August–early September, an anonymous video “Your Last Chance” was actively distributed in the media space of Ukraine and Russia – a call for the military to surrender.”

«Наприкінці серпня – на початку вересня в медіа-просторі України та Росії активно поширювався *анонімний ролик «Твій останній шанс»* – заклик до військових здатися» [88].

Неологізм “*Your Last Chance*” утворений шляхом телескопії, тобто злиття початкових частин двох слів. У даному випадку це слова “*your*” і “*last chance*”. Телескопія є способом утворення неологізмів у сучасній англійській мові, оскільки дозволяє лаконічно й образно виражати нові поняття. Неологізм “*Your Last Chance*” означає «твій останній шанс». Цей термін використовується для позначення заклику до військових здатися.

- *a confession of Simonyan* [88].

“*Such a confession of Simonyan made it possible to expose one of the Russian networks for the distribution of propaganda materials to Ukraine.*” – «*Таке зізнання Симоньян дозволило викрити одну з російських мереж розповсюдження пропагандистських матеріалів в Україну*» [88].

Неологізм “*a confession of Simonyan*” утворений шляхом фразеологізації, тобто перетворення фрази в слово. Переклад представленого неологізму “*a confession of Simonyan*” можна запропонувати наступний: «зізнання Симоньян» або «зізнання російської пропагандистки».

- “*invincible Russia*” [88].

“*The video was shot considering the key messages of Russian propaganda about the “invincible Russia,” the resistance to which allegedly made no sense.*” – «*Відео зняте з урахуванням ключових послів російської пропаганди про «непереможну Росію», опір якій нібито не мав сенсу*» [88].

Переклад цього неологізму українською мовою може бути здійснений різними способами. Один із варіантів – це «*непереможна Росія*». Цей переклад є буквальним і точно передає значення оригінального слова. Однак, він може сприйматися як пропагандистський, оскільки підкреслює мілітарну могутність Росії.

Інший варіант перекладу - це «*Росія, яка вважає себе непереможною*». Цей переклад є більш точним, оскільки відображає те, що Росія сама вважає себе непереможною, хоча це не є правдою.

Ще один варіант перекладу – це «Росія, яка прагне бути непереможною». Цей переклад підкреслює амбіції Росії щодо досягнення військової переваги.

- ***pro-Lukashenka channels*** [88].

“...*small pro-Lukashenka channels aimed at the Belarusian audience (#WeBelarus, Tsikhanouskaya’s Moustache, Belarusian Kitchen)*” – «...малі пролукашенківські канали, орієнтовані на білоруську аудиторію (#WeBelarus, «Вуса Ціхановської», «Білоруська кухня»)» [88].

Неологізм “*pro-Lukashenka channels*” (пролукашенківські канали) утворений шляхом додавання префікса “*pro-*” (про-) до іменника “*Lukashenka*” (Лукашенко). Префікс “*pro-*” означає “за”, “на користь”.

У контексті війни в Україні цей неологізм використовується для позначення каналів, які поширюють пропаганду на підтримку режиму Лукашенка. Ці канали часто використовують дезінформацію та маніпуляції для дискредитації України та її союзників.

Остання стаття, яка привернула нашу увагу була “*Ukraine has taken 17,000 Russians off the battlefield without firing a shot, US Army special-ops general says*”, де ми знайшли 2 неологізми, що відображають сьогодення українців.

- ***poor Russian morale*** [103].

“*There are countless examples of poor Russian morale that those Ukrainian operations can take advantage of, and the Kremlin has tried to counter the effects Braga described*” – «Є незліченна кількість прикладів поганого морального духу росіян, якими можуть скористатися ці українські операції, і Кремль намагався протидіяти ефектам, описаним Брагою» [103].

У наведеному прикладі неологізм “*poor Russian morale*” утворений шляхом словоскладання з англійських слів “*poor*” (поганий) і “*morale*” (моральний дух). Це словосполучення вперше було використане в 2022 році, під час російсько-української війни, для опису низького морального духу російських солдатів.

Причина появи цього неологізму – нова суспільно-політична ситуація, яка склалася внаслідок війни. Погана моральна поведінка російських солдатів стала одним із ключових факторів, які призвели до їхніх поразок на полі бою.

Неологізм “*poor Russian morale*” швидко поширився в англomовному світі і став широко використовуватися в ЗМІ, політичних і військових колах. Це словосполучення також було перекладено на інші мови, зокрема на українську.

- *Ukraine's large-scale counteroffensive* [103].

“*In the weeks leading up to Ukraine's large-scale counteroffensive this summer, the Kremlin sent guidelines to news outlets...*” – «За кілька тижнів до **широкомасштабного контрнаступу України** цього літа Кремль розіслав вказівки до ЗМІ...» [103].

У наведеному прикладі неологізм “*Ukraine's large-scale counteroffensive*” утворений шляхом словоскладання з англійських слів “*Ukraine*” (Україна), “*large-scale*” (масштабний) і “*counteroffensive*” (контрнаступ). Це словосполучення вперше було використане в 2022 році, під час російсько-української війни, для опису масштабних наступальних дій українських військ у липні-серпні того ж року.

Причина появи цього неологізму – нова військова ситуація, яка склалася внаслідок війни. Широкомасштабний контрнаступ України став переломним моментом у війні і призвів до відступу російських військ з багатьох територій, які вони раніше захопили.

Україна та інші країни світу повинні бути обережні та пильні щодо можливих інформаційно-психологічних операцій Росії, та діяти на основі принципів демократії, права та свободи. Тільки таким чином можна протистояти маніпулятивним діям Росії та забезпечити мир та стабільність у світі. Діяльність українських мас-медіа активізувалася з перших днів російсько-української війни, і зараз вони працюють у режимі 24/7. Медіа відіграють важливу роль у психологічній підтримці українців та спрямовані на зміцнення ідеї про єдину, сильну, демократичну націю, що бореться за свою свободу. З'являється чимало нових слів, які, незважаючи на дещо сленговий характер, займають вагому місце в українській мові та є красномовним свідченням незламності та нескореності українського народу, його кмітливості та оптимізму навіть у найскладніших ситуаціях.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі досліджено неологізми як мовне відображення російсько-української війни у медійному тексті. Під час виконання дослідження проведено аналіз неологізмів російсько-української війни з метою вивчення їхньої ролі у відображенні цього конфлікту та впливу на сприйняття інформації про нього.

За результатами дослідження можна зробити кілька важливих висновків.

1. Лексичний склад мовлення постійно оновлює складову мови, що відображає постійні зміни і трансформації у суспільстві. Поява нових слів та виразів, відомих як неологізми, є необхідною складовою розвитку мови, особливо в епоху інформаційного суспільства. Цей процес є віддзеркаленням динамічних змін у нашому світі. Серед важливих факторів, що сприяють створенню та поширенню неологізмів, можна виділити реформування суспільства, зміни у способах сприйняття світу, появу нових концепцій і технологічний прогрес.

У роботі під поняттям *неологізм* розуміємо слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними й територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також okazionalizmi (індивідуально-авторські новації), використані одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті. Серед масиву суспільно-політичних лексем-неологізмів розрізняємо *власне неологізми* – абсолютно нові слова щодо форми й змісту, що дають назви новим поняттям, явищам, предметам. Такі лексичні одиниці позначають нові складники лексику, нові одиниці номінації, а отже, становлять нові одиниці комунікації. Особливістю семантичних неологізмів є те, що морфологічна та фонетична структура таких слів залишається незмінною, а ось змістове наповнення зазнає змін. Суспільно-політичні неологізми поширюються завдяки пресі та іншим засобам масмедіа, тому що мова миттєво реагує на появу нових реалій, на події глобального масштабу, і мова масмедійних засобів багата на такі новотвори.

2. Неологізми, які виникають у мові друкованих ЗМІ під час російсько-української війни, також підкреслюють важливість перекладознавчого аспекту. Філологам доводиться шукати адекватні відповідники для цих нових слів та фраз, які не завжди мають прямий еквівалент у цільовій мові. В результаті цього виникають питання щодо того, як правильно передати семантику, стилістику та ідеологічний зміст таких неологізмів в українському контексті. Усвідомлення важливості неологізмів у мовленні та вивчення їхнього впливу на розвиток мови є важливим завданням для мовознавців і фахівців, що дозволяє краще розуміти динаміку мови та її відображення сучасних суспільних змін.

По-перше, неологізми виявилися значущими елементами газетного тексту, які допомагають висвітлити особливості воєнного конфлікту та подій, пов'язаних із ним. Вони дозволяють авторам та журналістам надати новий звуковий образ подій і підкреслити їхню складність та тривалість. По-друге, вживання неологізмів в газетних текстах показало суттєві зміни в мовленні та способі вираження інформації залежно від ситуації на фронті та в суспільстві загалом. Це свідчить про те, як мова реагує на соціокультурні зміни та важливі події.

У підсумку, дослідження неологізмів у газетному тексті в контексті російсько-української війни підкреслює важливість мови як інструмента відображення та аналізу подій у сучасному світі. Неологізми в цьому контексті служать не тільки засобом комунікації, але й індикаторами соціокультурних змін та динаміки подій. Таким чином, ця робота сприяє кращому розумінню ролі мови в інформаційному просторі та її впливу на сприйняття важливих подій сучасності.

Дослідження методики контент-аналізу перекладу неологізмів у мові друкованих ЗМІ під час російсько-української війни допоможе краще зрозуміти вплив перекладу на сприйняття інформації та виявити тенденції та особливості цього процесу. Такий аналіз є корисним для перекладачів, журналістів, редакторів, а також для учених, що досліджують вплив мови на формування глобального розуміння конфлікту та подій в Україні та Росії.

3. Використання авторами газет різноманітних неологізмів також дозволяє їм експресивніше висвітлювати події, які відбувається нині на території нашої країни унаслідок повномасштабної російської агресії. Узагалі, термін «неологізм» є умовним й означає нове за формою чи змістом слово або словосполучення. Збільшення кількості неологізмів за останні десятиліття дозволяє виокремити певні типи неологізмів, як от фонологічні, семантичні та синтаксичні, а також неологізми-запозичення. За формою та змістом виділяють такі їх типи, як власне неологізми, новоутворення, трансномінації та семантичні неологізми.

Власне неологізми представляють собою абсолютно нові слова за своєю формою та семантикою, за допомогою яких нові реалії отримують свої відповідні назви. Так, серед військових неологізмів, які нині часто можна віднайти на сторінках сучасних газет є *неологізми-запозичення*, які позначають військову техніку (*Байрактари, Джавеліни, Енлоу, Стінгери, Іскандери*).

Новоутвореннями є слова, які утворились із вже наявних у мові слів шляхом використання моделей словотворення. Серед виокремлених нами прикладів більшість новоутворень сформувались шляхом додавання префікса «де-» до вже відомих слів в українській мові (*деколонізація, дерусифікація, денуклеаризація, деокупація, демілітаризація*) а також додавання префікса «де-» та суфікса «-ізація» (*десатанізація, дешайтанізація*). До інших способів виникнення новоутворень увійшли поєднання двох основ (*тероборона, спецоперація*), а також додавання до основи суфіксу «-ізм» (*путінізм*).

Трансномінації створюються з метою надання вже наявному в мові нейтральному за своїм значенням слову більш експресивного забарвлення. Серед військово-авіаційних трансномінацій ми віднайшли такі приклади, як *русня, z-зомбі, ерефія, московія, затрофеїти, мінуснути, умиротворити, передок, деза, мобіки*. Зі свого боку, перекладачі віддавали перевагу залишати емоційно-нейтральні еквіваленти зазначених трансномінацій. Таке рішення можна пояснити тим, що англійськомовна аудиторія не настільки обізнана в усіх нових реаліях, до появи яких призвела російська агресія на території України, тому перекладачі вдавались до «сухого», але зрозумілого відтворення інформації.

Суть семантичних неологізмів полягає в тому, що морфологічна та фонетична структура таких слів залишається незмінною, а змістове наповнення зазнає суттєвих перетворень. До військово-авіаційних неологізмів ми віднесли такі приклади, як *бавовна, мордор, орки, Град, Ураган, Смерч, Калібри, Кинджали*, приліт, тривога, *паляниця, Патрон, привид, орлан, шахід, мопед, концерт кобзона*. Під час їх перекладу англійською мовою перекладачі вдавались або ж до пояснення змісту тих чи інших семантичних неологізмів, або ж намагалися віднайти в мові перекладу лексичну одиницю, схожу за змістовим наповненням до оригіналу.

Сприйняття нових термінів та виразів у мові читачів та глядачів також впливає на їх розуміння ситуації та подій у російсько-українському конфлікті. У випадку якщо перекладач добере незрозумілий або невідповідний переклад для неологізму, це може призвести до непорозумінь та неправильного сприйняття інформації. Водночас, правильний переклад неологізмів може допомогти покращити сприйняття та осмислення подій війни та відобразити їхню значущість та наслідки.

4. Виходячи з цього, було визначено, що якість перекладу медійного тексту залежить від досягнення мети психолінгвістичної еквівалентності та максимальної змістовної спільності між оригіналом і перекладом. Оцінка дій перекладача та аналіз обраних еквівалентів можуть використовуватися для вивчення якості перекладу та підвищення професійної компетентності перекладача.

Під час дослідження цієї проблеми були вивчені різні науково непідтверджені спірні висновки, складені між лінгвістами та психологами щодо вивчення психолінгвістики. Були використані методи, такі як систематичний аналіз для вивчення шляхом порівняння текстів. Був проведений кількісний аналіз психолінгвістичної еквівалентності в першій мові одного висловлення з оригіналу, використовуваний для визначення відсоткового співвідношення психолінгвістичної еквівалентності тексту з урахуванням контексту.

Підсумовуючи, запропонована психолінгвістична модель може сприяти розумінню концепції, згідно з якою переклад слід розглядати не лише як алгоритмічну, закономірно спостережувану розумову діяльність, але й як евристичний, стратегічний та творчий процес. При перекладі медійних текстів

перекладач повинен виявляти велику обережність, оскільки будь-який невірний вибір еквівалента, відповідального за якість психолінгвістики, може зробити неможливим для читача отримання естетичної реакції, аналогічної сприйняттю читача оригінального тексту. Вивчення та класифікація психолінгвістичної еквівалентності перекладу медійного тексту розглядається як один з розділів перекладознавства, який пропонує перспективи для подальших досліджень у галузі дослідження перекладів.

Спостерігається розкриття актуальності проблеми за допомогою вивчення початкового стану теорії психолінгвістичної еквівалентності перекладеного тексту. За допомогою експериментального методу, проведеного серед студентів Вищого Навчального Закладу, спрямованого на іноземні мови та перекладознавство, виділяються та характеризуються особливості теорій та методів перекладу еквівалентності психолінгвістичного фактора тексту. Наші теоретичні висновки, підкріплені емпіричним психолінгвістичним дослідженням конкретного перекладу, які включають процедурні та дискурсивні закономірності, дозволили надати науковий опис як когнітивних/аналітичних ресурсів перекладача, так і його синтетичних, включаючи різноманітні інструменти та програми, що допомагають перекладачу у процесі роботи. Серед них можуть бути онлайн-словники та електронні глосарії, програми-перекладачі, спеціалізовані програми для перекладу технічних текстів та багато іншого. Очевидно, що конкретні переклади з якісним використанням психолінгвістичної еквівалентності мають динамічний характер і, отже, можуть розглядатися як маючі велику цінність як для студентів, так і для перекладачів. Емпіричне дослідження цих універсалій надає можливість ідентифікувати стратегії перекладачів, які є евристичними методами пошуку унікальних рішень. Велика увага приділяється вивченню психолінгвістичної еквівалентності перекладу медійного тексту шляхом викладення погляду автора цієї наукової роботи, заснованого на вивченні та аналізі праць відомих перекладознавців, представляючи інтерес для викладачів і студентів, спрямованих на іноземні мови та перекладознавство, а також для самостійних літературних перекладачів, що займаються письмовим перекладом.

5. Аналіз психолінгвістичних проблем перекладу неологізмів медійного тексту вивів на те, що ця проблема має відокремлене значення в перекладознавстві. Результатами аналізу стали проблеми і важливість передачі відтворення однакового психообразу неологізму, визначеного автором тексту вихідної мови. Переклад неологізму медійного тексту є складним процесом, оскільки він виконує функцію привертання уваги читача, створення образу та асоціацій із змістом твору, а також передачі основної ідеї чи теми. Тому від перекладача вимагається врахування культурних відмінностей і стилю оригінального тексту. Крім того, перекладач повинен враховувати психолінгвістичні аспекти, такі як сприйняття та розуміння неологізма читачем, щоб створити відповідний образ та передати основну ідею твору.

Переклад неологізмів медійних текстів може стикатися з психолінгвістичними проблемами, такими як відмінності у культурних асоціаціях і коннотаціях, неоднозначність та багатозначність, відсутність еквівалента, стилістичні особливості і різниці в мовних структурах. Для успішного перекладу необхідно враховувати ці проблеми, щоб створити відповідний образ та передати основну ідею твору, враховуючи сприйняття та розуміння неологізма читачем.

Під час вивчення актуальності теми психолінгвістики в галузі перекладознавства були зроблені висновки щодо прийомів перекладу, заснованих на психолінгвістичних аспектах перекладу тексту. Під час дослідження було встановлено, що вивчення психолінгвістики має прямий зв'язок з перекладознавством, оскільки переклад - це процес, пов'язаний з розумінням і використанням мовних знань та навичок. Психолінгвістика вивчає, як люди сприймають, обробляють та створюють мову, а також як вони використовують контекст та попередні знання для розуміння тексту.

Психолінгвістичні дослідження можуть допомогти перекладачам краще розуміти, як люди сприймають і запам'ятовують інформацію, що може допомогти створити більш запам'ятовуючий переклад. Також психолінгвістичні методи можуть допомогти перекладачам розуміти, як різні мови мають різні особливості структури та функціонування, що може допомогти створити більш природний і вільний

переклад. Крім того, психолінгвістичні методи дають перекладачам розуміння того, як різні цільові аудиторії сприймають і використовують мову, що може допомогти створити більш відповідний стиль та тоновий відтінок перекладу.

Перспектива дослідження включає у себе вивчення процесу формування та поширення неологізмів, визначення їхнього впливу на суспільне мовлення та культурний контекст. Також важливим аспектом є аналіз перекладу цих термінів, оскільки переклад може впливати на сприйняття та інтерпретацію того чи іншого явища.

Делаконізація неологізмів, їх включення в словники та ресурси, доступні для мовців, є іншим аспектом дослідження. Цей процес сприяє адаптації мови до нових реалій і впливає на її функціонування в сучасному суспільстві.

Такий підхід до дослідження неологізмів у контексті російсько-української війни відкриває можливості для більш глибокого розуміння впливу воєнних подій на мову та культуру, а також надає підстави для розробки стратегій перекладу в умовах війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

I. Наукові праці

1. Берман А. Випробування чужим. Культура та переклад у романтичній Німеччині; пров. з франц. Марини Бендет. *Логос*. 2011. № 5-6 (84). С. 92–113.
2. Бойчук М. В. Неологізми як стилістеми. *Наукові записки. Національного університету «Острозька академія»*. Сер. Філологічна. 2016. Вип. 63. С. 19–22.
3. Борис Д. Проблема неоднозначності поняття «неологізм» крізь призму лінгвофілософської теорії. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Сер. «Філологічні науки». Мовознавство. 2015. № 3. С. 54–61.
4. Варич М. В. Двомовна преса в умовах білінгвізму в Україні: історія, практика, тенденції розвитку: автореф. дис. на здобуття канд. 27.00.04. К., 2009. 17 с.
5. Вокальчук Г. М. Вивчення неологізмів у вузівському курсі сучасної української літературної мови. *Пед. Науки : Зб. наук. пр. Суми*, 2002. Ч.2. 24–29 с.
6. Волощак М. Й., Сербенська О. А. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. Київ : Просвіта, 2001. 206 с.
7. Воробйова В. Є., Єнчева Г.Г. Функціонування мовної лексики в ЗМІ з мовного погляду культури. *ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки.: Національний авіаційний університет*. Київ : НАУ, 2023. 403 с.
8. Воробйова В.Є., Єнчева Г.Г. Контент-аналіз перекладу інноваційних лексем російсько-української війни в друкованих ЗМІ. Тези доповідей всеукраїнської заочної науково-методичної конференції «Методика та специфіка викладання іноземних мов у закладах вищої освіти». Харків : Міністерство внутрішніх справ України. Національна академія гвардії України, 2023. С. 59 – 65.
9. Воробйова В.Є., Єнчева Г.Г. Неологізми та ІПСО: психологічні технології інформаційного протиборства на матеріалі українських та зарубіжних друкованих ЗМІ. Науковий семінар Харківського національного університету повітряних сил імені Івана Кожедуба «Інформаційне протиборство в умовах російсько-української війни», 2023. – 233 с.

10. Гладка В. А. Поняття «неологізм» у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. Сер.: Філологічна. 2009. Вип. 11. С. 170–177.
11. Грабовський П. А. Про літературу. Київ : Державне видавництво художньої літератури, 1954. 143 с.
12. Гриценко С. Мовні інновації російсько-української війни 2022. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Вип. 32. Ч. 2. 2022. С. 9–13.
13. Довбня Л., Товкайло Т. Неологізми та їх відтворення в інтернетних засобах масової комунікації. *Society Document Communication*. No. 14. 2022. С. 209–232.
14. Жулінська М. О. Сучасні тенденції створення англійських неологізмів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». Вип. 6 (74). 2019 р. С. 8–10.
15. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
16. Кабиш О. Словотвірні та семантичні неологізми в сучасній українській мові. *Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова*. 2013. Вип. 5. С. 69–75.
17. Зикун Н. І. Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіатекстів / Н. І. Зикун // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. - 2012. - Вип. 31. – С. 63-66.
18. Кирилюк О. “Вогнехреще” або неологізми як відображення військового протистояння. *Наукові записки. Серія: філологічні науки*. Вип. 137. 2015. С. 52–57.
19. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. Київ : ВД Дмитра Бурого. 2008. 336 с.
20. Колоїз Ж.В. Українська неологія: здобутки та перспективи. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*. Сер.: Філологія. Мовознавство. 2009. Т. 105. Вип. 92. 57–62 с.
21. Коломієць Л. Концептуально-методологічні засади українського поетичного перекладу: монографія. Київ : ВПЦ Київський університет, 2004. 522 с.

22. Косович О. В. До питання про сутність неологізму в сучасній лінгвістиці. *Записки з романо-германської філології*. Вип. 2 (29). С. 71–79.
23. Кравчук Л.В. Мова мас-медіа як основне джерело збагачення новотворами загальнономовного словника Л. В. Кравчук. *Іван Огієнко і сучасна наука та освіта*. Сер. : Історична та філологічна. 2013. Вип. 10. С. 53–58.
24. Ладоня К. Ю. Неологізми в українській мові: сутність, визначення, принципи класифікації та функціонування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: збірник наукових праць*. Серія: Філологія. Одеса, 2018. Вип. 36. Т. 1. С. 38–40.
25. Муромцева О. Г. Розвиток лексики української літературної мови в другій половині ХІХ – на початку ХХ ст. Харків : Вища школа, видавництво при ХДУ, 1985. 152 с.
26. Підкамінна Л. Лінгвостилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ. *Лінгвостилістичні студії*. Луцьк, 2019. Вип. 10. 146 с. сторінки
27. Потебня Олександр. Думка і мова (фрагменти). Літературно-критичної думки ХХ ст.; [за ред. Марії Зубрицької] Львів: Літопис, 1996. С. 25–39.
28. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
29. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття: на матеріалі мови засобів масової інформації. 2-ге вид., перероб. Київ: Пугач, 2005. 388 с.
30. Стишов О. А. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб. Біла Церква: «Авторитет», 2019. 198 с.
31. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ : Видавничий центр КНЛН, 2003. 388 с.
32. Тимощук Н.М. Неологізми на позначення явищ covid-19: морфологічний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені І. Франка*. Вип. 35. Т. 5. 2021. С. 168–172.
33. Ткаченко О. Б. Запозичені слова. Українська мова. Київ. 2004. 824 с.

34. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти: дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Житомирський державний ун-т імені Івана Франка. Житомир, 2018. 269 с.
35. Шеховцова Н. А. Фемінітиви в українській пресі. Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство і літературознавство). 2017. Вип. 9. С. 143–146.
36. Ясинецька О.А. Переклад нових англomовних публіцистичних метарафор українською мовою : автореф. дис. ... канд. філол. наук. 10.02.16 . Київ, 2009.
37. Яшенкова О.В. Взаємовідношення мови, комунікації та культури в діловій сфері. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2002. С. 263–270.
38. Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, Valerie Gladwell. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out: Computers in Human Behavior. 2013. 1841–1848 p.
39. Quemada B. A propos de la néologie. La banque des mots. Paris: CILF, 1971. № 2. p. 137–156.

II. Джерела матеріалу дослідження

40. Дробович А. Зневага з малої літери. 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/05/15/7346243/> (дата звернення: 18.03.2023)
41. Капнік О. У ЗСУ порахували, скільки разів розбивали росіян у легендарній Чорнобаївці. 2023. URL: <https://tsn.ua/ato/u-zsu-porahuvali-skilki-raziv-rozbivali-rosiyan-u-chornobayivci-video-2239090.html> (дата звернення: 26.03.2023).
42. Левкова А. Слова війни. Письменниця про мову воєнного часу. 2023. URL: <https://theukrainians.org/slova-vijny/> (дата звернення 07.03.2023).
43. Печерський А. Чорнобаїти і відукраїнити: сленг війни шириться світом. 2022. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/06/24/chornobayity-i-vidukrayinyty-sleng-vijny-shyrytsya-svitom/> (дата звернення: 03.04.2023).

44. Тиравський В. Слово – це також зброя: як війна збагачує українську мову неологізмами. 2022. URL: <https://uk.globalvoices.org/2022/12/20/7228/> (дата звернення 01.15.2023).
45. Третьяк, М. І. Неологізми як джерело розвитку української мови. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/> (дата звернення: 19.07.2023)
46. [index.php/mn/mn2019/paper/viewFile/6642/5658](https://www.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2019/paper/viewFile/6642/5658) (дата звернення: 01.20.2023).
47. Чжао Лінъ Фен та BBC Eye Investigations. Романтична обробка свині". Афера, яка виманює мільйони доларів. 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64886682> (дата звернення 15.03.2023).
48. Alexander S. Gillis, Katie Terrell Hanna, Kevin Ferguson. TechTarget. What is cyberwarfare? URL: <https://www.techtarget.com/searchsecurity/definition/cyberwarfare> (дата звернення 11.03.2023).
49. BBC News Україна. Оксфордський словник назвав слово року. 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-59118309> (дата звернення 02.18.2023).
50. BBC. How are 'kamikaze' drones being used by Russia and Ukraine? 2023. URL: <https://www.bbc.com/news/world-62225830> (дата звернення: 24.03.2023).
51. Beaumont P. Chandeliers and avatars: how conflict spawned a new lexicon in Ukraine. 2022. URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/dec/27/chandeliers-and-avatars-how-conflict-spawned-a-new-lexicon-in-ukraine> (дата звернення: 08.04.2023).
52. Bond, Margaret S. (2007). Hybrid War: A New Paradigm for Stability Operations in Failing States (PDF). Carlisle Barracks, Pa: USAWC Strategy Research Project. U.S. Army War College. Archived (PDF) from the original on May 10, 2010. URL: <https://www.comw.org/qdr/fulltext/0703bond.pdf> (дата звернення 08.04.2023).
53. Catherine Wong. China's navy and coastguard stage first joint patrols near disputed South China Sea islands as 'warning to Vietnam'. 2018. URL: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacydefence/article/2147154/chinas-navy-and-coastguard-stage-first-joint-patrols> (дата звернення: 21.02.2023).

54. Eric E. Theisen. Ground–Aided Precision Strike: Heavy Bomber Activity in Operation Enduring Freedom. 2023. URL: <https://www.jstor.org/stable/resrep13683> (дата звернення: 25.02.2023).
55. Initial operational capability of future weapon systems and field test method using digital twin. 2022. Vol. 4, № 3. URL: <https://journal.idap.re.kr/index.php/JAMS/article/view/167> (дата звернення 21.02.2023).
56. Klingert L. Ukraine launches counteroffensive in south to push back Russian army. 2022. URL: <https://www.brusselstimes.com/281100/ukraine-launches-counteroffensive-to-push-back-russian-army-in-south> (дата звернення: 20.02.2023).
57. Kremin Taras. There are no channels in Ukraine, they only speak the state language. URL: <https://www.dw.com/uk/v-ukraini-nemaie-telekanaliv-shcho-movliat-vykliuchno-derzhavnoiu-movoju-kremin/> (дата звернення 08.02.2023).
58. Maddox J. Ukraine’s official Twitter handle is processing the nation’s trauma in real time with memes. 2022. URL: <https://scroll.in/article/1019262/ukraines-twitter-handle-is-processing-the-nations-trauma-real-time-with-memes> (дата звернення: 12.03.2023).
59. Mirovaley M. “Orcs” and “Rashists”: Ukraine’s new language of war. 2022. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2022/5/3/orcs-and-rashists-ukraines-new-language-of-war> (дата звернення: 02.12.2023).
60. Ronald R. Fogleman. Sheila E. Widnall. General Ronald R. Fogelman, USAF Chief of Staff, Cornerstones of Information Warfare, 1997. URL: <https://www.hsdl.org/?view&did=439911> (дата звернення: 20.02.2023).
61. Shapiro, V.S. and Bulakh, T.V. “Raidering as an economic and legal phenomenon: a general characteristic.” Forum of law 2 (2015): 181-186 p.
62. Snyder T. The War in Ukraine Has Unleashed a New Word. 2022. URL: <https://www.nytimes.com/2022/04/22/magazine/ruscism-ukraine-russia-war.html> (дата звернення: 15.04.2023).

63. SurreyHills Wiki. Area of Outstanding Natural Beauty. Green corridor. 2022. URL: https://www.designingbuildings.co.uk/wiki/Green_corridor (дата звернення: 14.01.2023).
64. Taheri, Zadeh Z. et al. (2021). Depression, anxiety and other cognitive consequences of social isolation: Drug and non-drug treatments. International journal of clinical practice, 75, 12 [in English]. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34614276/> (дата звернення: 05.04.2023).
65. True Tamplin. What Are Non-fungible Tokens? 2023. URL: https://www.financestrategists.com/wealthmanagement/cryptocurrency/nonfungible-tokens/?gclid=CjwKCAjwrDmhBhBBEiwA4Hx5g3cjF8VRbOjxxQEuU_o-gEkABGu12RsJiHEcMNjFJUм6nmwxkgwNzRoCcukQAvD_BwE (дата звернення: 06.04.2023).

III. Довідкова література

66. Гаврилюк А.П. Метафора, її природа та роль у мові та мовленні. Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Серія:: Філологія. Педагогіка. Вип. 2. 2013 С. 29-33. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vntufil_2013_2_6 (дата звернення 12.03.2023).
67. Клименко Н.Ф. Система афіксального словотворення. Київ : Вид-во «Укр. енциклопедія» ім. М. П.Бажана, 2004. 38 с.
68. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ : ВЦ «Академія», 2007. 63 с.
69. Маркевич. Д. Мінісловник військового сленгу: «муха», «покемон», «улітка». 2019. URL: <https://armyinform.com.ua/2019/08/20/minislovnyk-vijskovogo-slengu-muha-pokemon-ulitka/> (дата звернення: 04.04.2023).
70. Плачинда Г. СЛОВНИЧОК ФЕМІНІТИВІВ для прес-офіцерів та прес-офіцеров територіальних управлінь Державної служби України з надзвичайних ситуацій. 2018. URL: http://www.wicc.net.ua/media/Slovnyk_fem.pdf (дата звернення: 01.23.2023).
71. Телевізійна служба новин. Арестовлення, чорнобаїти, затримані: в Мережі вигадали "словник" сучасної української мови. URL:

- <https://tsn.ua/ato/arestovlennya-chornobayiti-zatridni-v-merezhi-vigadali-slovník-suchasnoyi-ukrayinskoji-movi-2022004.html> (дата звернення: 23.03.2023).
72. Словник української мови онлайн.
URL: <https://sum20ua.com/?page=1367&wordid=177423> (дата звернення: 19.03.2023).
73. Сучасна українська літературна мова : Лексикологія. Фонетика: / А. Мойсієнко, О. Бас-Коненко, В. Бондаренко та ін. Київ : Знання, 2010. 270 с.
74. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: Русанівський В.М. (співголова), Тараненко О.О. (співголова), Зяблюк М.П. та ін. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М.П.Бажана, 2004. 824 с.
75. Albrecht F. Vom Übersetzen und der Qualität des Übersetzens. *Quality in Translation*. Oxford : Oxford University Press, 1993. P. 32-41.
76. Cambridge Dictionary. URL: <http://surl.li/fzeex> (дата звернення 29.03.2023)
77. Collins. Sanction. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sanction> (дата звернення 13.03.2023).
78. NCVO. What is volunteering? 2021. URL: <https://www.ncvo.org.uk/help-and-guidance/involving-volunteers/understanding-volunteering/what-is-volunteering/#/> (дата звернення 16.03.2023).
79. Suchasna ukrainsra literaturna mova. Leksyka i frazeologiiia / [za zag. red. I. K. Bilodida]. – K.: Nauk. dumka, 1973. – 570 p.
80. Urban Dictionary. 2022. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Chornobaiivka> (дата звернення 14.03.2023).

IV. Інтернет-джерела

81. Авраменко О. Урок 41. Минулого року переїхав жити з Києва до Бучі. URL: <https://www.instagram.com/olexandravramenko/> (дата звернення: 26.03.2023).
82. Вебсайт пошуку інформації: Що таке фейкові новини? URL: <https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/> (дата звернення 21.10.2023).
83. Державна служба України з етнополітики та свободи совісті. Відновлення історичних топонімів Криму раз і назавжди виб'є у Москви бажання шукати

- свої духовні скрепи на чужих територіях. 2023. URL: <https://dess.gov.ua/vidnovlennia-istorychnykh-toponimiv-krymu-raz-i-nazavzhdy-vyb-ie-u-moskvu-bazhannia-shukaty-svoi-dukhovni-skrepy-na-chuzhykh-terytoriiakh-chubarov/> (дата звернення: 10.04.2023).
84. Новинний портал Закарпаття. Аналоговнет, Шойгувати та Кадирити: Які нові слова з'явилися в українців з початку війни. URL: <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/3975717> (дата звернення: 26.02.2023).
85. «Танки, які пам'ятають Брежнєва». Чим РФ воює проти України?. Радіо свобода, 2023. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/novynu-pryazovu-a-chym-rosiya-voyuje-proty-ukrayiny/32352536.html> (дата звернення: 26.11.2023)
86. Як українська мова змінюється і змінює світ: Ukraïner, 2022. URL: <https://ukraïner.net/mova-i-viyna/> (дата звернення: 01.12.2023)
87. Aerotime Team. Top 10 most advanced fighter jets in 2023. 2022. URL: <https://www.aerotime.aero/articles/top-10-most-advanced-fighter-jets-in-2023> (дата звернення: 21.02.2023).
88. An anonymous video “Your Last Chance”: Ukrinform, 2023. URL: <https://www.ukrinform.net/rubric-ato/3768636-your-last-chance-the-story-of-a-russian-psyop.html> (дата звернення: 23.11.2023)
89. Are situations in Ukraine and Israel similar?: Center for Countering Disinformation, 2023. URL: <https://cpd.gov.ua/en/articles-en/are-situations-in-ukraine-and-israel-similar/> (дата звернення: 22.11.2023)
90. A. Tropynina. The ability of Ukrainians to distinguish messages of Russian propaganda: results of public opinion research: Vox Ukraine, 2023. URL: <https://voxukraine.org/en/the-ability-of-ukrainians-to-distinguish-messages-of-russian-propaganda-results-of-public-opinion-research> (дата звернення: 09.12.2023)
91. Ivan Verstyuk. Ukraine: observations from Kyiv: The New Voice of Ukraine, 2022. URL: <https://english.nv.ua/opinion/russia-s-war-against-ukraine-observations-from-kyiv-50227307.html> (дата звернення: 03.12.2023)

92. Gunfight reported near enemy warehouse in Melitopol, says city's mayor: The New Voice of Ukraine, 2022. URL: <https://english.nv.ua/nation/gunfight-reported-near-enemy-warehouse-in-melitopol-says-city-s-mayor-50331098.html> (дата звернення: 01.12.2023)
93. Kamil Galeev. First message is that Russia saved the world, 2022. URL: <https://twitter.com/kamilkazani/status/1503075443884400649> (дата звернення: 23.11.2023)
95. Russia creates long-term psychological operations in US and Europe – NYT: Ukrainska pravda, 2023. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/news/2023/08/25/7417151/> (дата звернення: 19.11.2023)
96. Nestor Barchuk. The most comprehensive answer to the question: is Russia a fascist state? : The New Voice of Ukraine, 2022. URL: <https://english.nv.ua/opinion/the-most-comprehensive-answer-to-the-question-is-russia-a-fascist-state-50268926.html> (дата звернення: 09.12.2023)
97. Pete Shmigel. Russia's Latest Propaganda Unpacked by PSYOP Group, 2023. URL: <https://www.kyivpost.com/post/20812> (дата звернення: 01.12.2023)
98. Proxy war, racism, and not your business: 7 lies about Ukraine that Russian propaganda spreads in African countries: Official website of Ukraine, 2023. URL: <https://war.ukraine.ua/articles/fakes-russian-propaganda-spreads-in-african-countries/> (дата звернення: 15.11.2023)
99. Several explosions heard in Crimea – social media: The New Voice of Ukraine, 2022. URL: <https://english.nv.ua/nation/crimea-monitoring-telegram-channel-reports-several-explosions-on-peninsula-ukraine-war-50322642.html> (дата звернення: 03.12.2023)
100. Tactics of Russian Propaganda in Portraying Ukraine as a “Cradle of Corruption”: Detector media, 2023. URL: <https://en.detector.media/post/tactics-of-russian-propaganda-in-portraying-ukraine-as-a-cradle-of-corruption> (дата звернення: 02.12.2023)

101. The Investopedia Team. What Is Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing? 2023. URL: <https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp> (дата звернення 14.04.2023). (дата звернення: 29.10.2023)
102. The role of psychological warfare in the battle for Ukraine: American psychological association 2022. URL: <https://www.apa.org/monitor/2022/06/news-psychological-warfare> (дата звернення: 11.11.2023)
103. The Propaganda War over Ukraine: Unanimity, on Both Sides?: The global disinformation order, 2023. URL: <https://globalchallenges.ch/issue/13/the-propaganda-war-over-ukraine-unanimity-on-both-sides/> (дата звернення: 10.12.2023)
104. Ukraine has taken 17,000 Russians off the battlefield without firing a shot, US Army special-ops general says: Business insider, 2023. URL: <https://www.businessinsider.com/ukraine-information-operations-help-drive-russian-military-desertions-2023-11> (дата звернення: 23.11.2023)
105. What is the goal of the main kremlin PSYOP in the war against Ukraine: Center for Countering Disinformation, 2023. URL: <https://cpd.gov.ua/en/articles-en/what-is-the-goal-of-the-main-kremlin-psyop-in-the-war-against-ukraine/> (дата звернення: 01.12.2023)

ДОДАТКИ

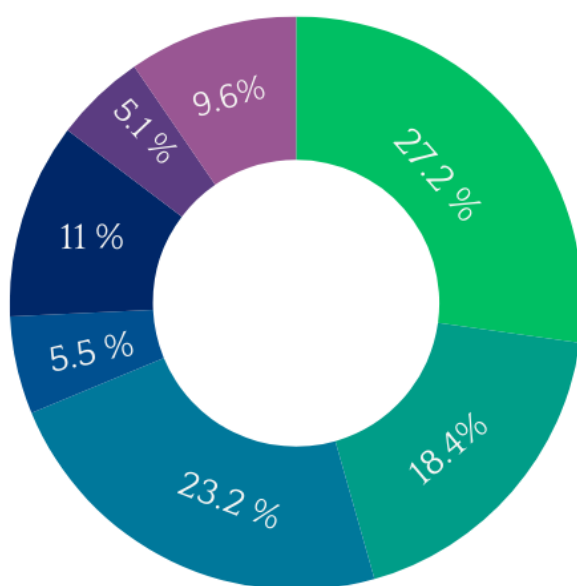
Методологічні засади дослідження перекладу неологізмів
у мові друкованих ЗМІ

PROCESS PIE CHART У ДОСЛІДЖЕННІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У ЗМІ



Українські новоутворення, які використовуються для опису російського впливу під час агресії у лютому 2022 року

**УКРАЇНСЬКІ НЕОЛОГІЗМИ
НА ПОЗНАЧЕННЯ
РОС.СЕРЕДОВИЩА**



під час вторгнення у лютому 2022 року

- На нулі
- «Іти вслід за російським кораблем»
- «Два-три тижні»
- москва
- росія
- «Хароші рускі»
- Батальйон «Монако»

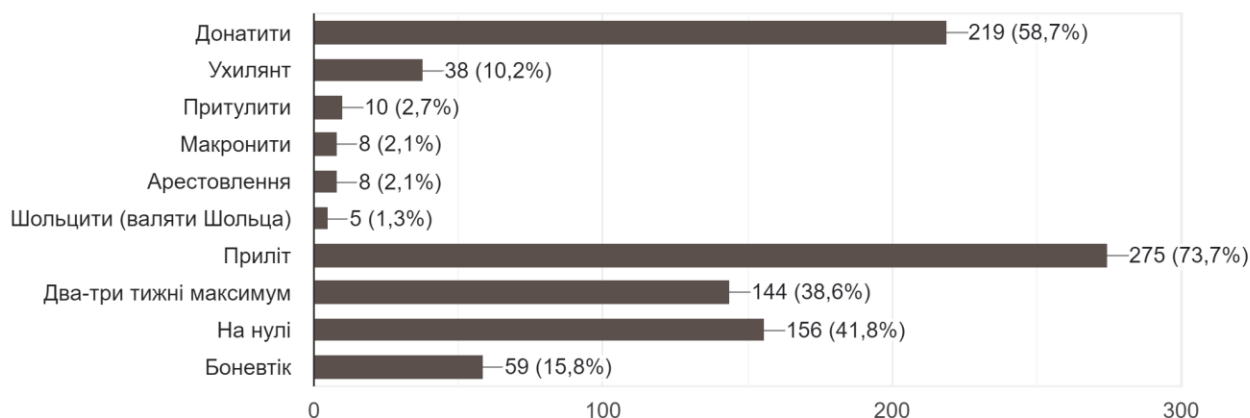
**Аналіз найбільш вживаних слів, в тому числі й неологізмів під час промов
Президента України Володимира Зеленського (з 24 лютого 2022-14 лютого 2023)**

Місяць (2022-2023)	Українські промови	Іноземні промови	Промови разом
Лютий	Ворог, столиця, громадянин, вторгнення, захист	Территории, выбор, вашей, город, Беларуси	-
Березень	Окупант, день, ворог, область, життя	Peace, freedom, life, thousand, day	День, життя
Квітень	Окупант, життя, день, мир, захисник	Peace, life, right, freedom, safety	Мир, життя
Травень	День, життя, окупант, захисник, підтримка	Life, freedom, day, support, word	Життя, підтримка, день
Червень	День, окупант, підтримка, слово, життя	Freedom, day, word, thousand	Життя, день, слово
Липень	Окупант, день, область, терор, життя	Life, unity, aggression, day, safety	Життя, день
Серпень	Окупант, день, станція, підтримка життя	Freedom, day, crisis, station, Independence	День, станція
Вересень	Окупант, підтримка, бригада, життя, безпека	Safety, peace, right, life, way\path	Безпека, життя
Жовтень	Терор, день, окупант, терорист, електрика	Peace, terror, support, freedom, crime	Терор
Листопад	День, життя, окупант, область, пункт	Day, support, million, terror, formula	-
Грудень	День, життя, область, окупант, мир	Day, support, safety, peace, freedom	День, мир
Січень 2023*	День, підтримка, безпека, партнер, ситуація	Catholicity, freedom, victory, Mrs, day	День
Лютий 2023*	Захист, день, підтримка, партнер, тиждень	Life, aggression, Mrs, terror, history	-

Соціологічне опитування серед військовослужбовців та громадян України щодо найпопулярніших неологізмів у їх щоденному застосуванні

Позначте неологізми, які вживаєте частіше всього під час розмови\публікування сторіс\ під час чатингу:

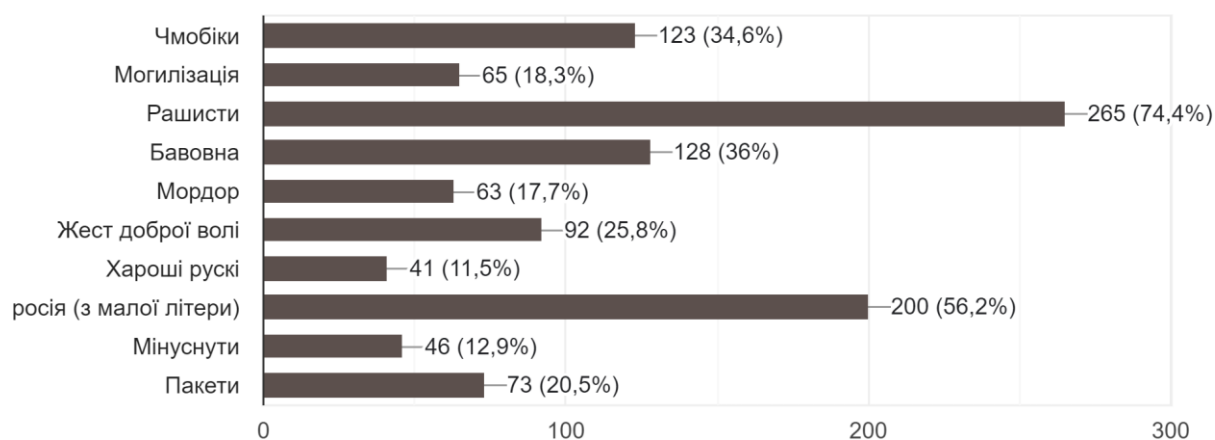
373 відповіді



Соціологічне опитування серед військовослужбовців та громадян України щодо найпопулярніших неологізмів у їх щоденному застосуванні

Позначте неологізми (нові слова), які вживаєте на позначення окупаційних сил в Україні:

356 відповідей



Додаток Д

Проаналізована стаття на веб-сайті “The Guardian” (від 27 грудня 2022 року), присвячена новому лексикону, який виник у зв'язку з війною в Україні

Неологізм	Пояснення
<i>Cyberpartisanism</i>	Використання інформаційних технологій та Інтернету для проведення військових дій.
<i>Hybrid peace</i>	Форма війни, що поєднує в собі військові дії, інформаційну пропаганду та політичні тиски.
<i>Cyber canyon</i>	Обмежена зона доступу до Інтернету на території, що контролюється збройними силами.
<i>Regrading</i>	Пошкодження цифрових даних з метою приховання чи знищення їх.
<i>Ratrack</i>	Зброєний броньований автомобіль, що використовується для військових дій.
<i>Biometric front</i>	Використання біометричних технологій для військових цілей.
<i>Lethal tech</i>	Техніка, що призначена для завдання смертельних ударів ворогові.

Додаток Е

Стаття у “The New York Times” (22 квітня 2022 року), присвячена питанню використання нових слів та термінів для позначення війни в Україні

Неологізм	Пояснення
<i>Ruscism</i>	Термін, який використовується для опису політики Росії, яка ґрунтується на ідеї переваги російського народу над іншими народами.
<i>Kinetic action</i>	Форма війни, що передбачає застосування зброї та насильницьких дій з метою здійснення військових операцій.
<i>Counter-sniper</i>	Дії, спрямовані на знищення снайперів на лінії фронту.
<i>Propagandize</i>	Використовувати пропаганду для досягнення певної мети під час війни.
<i>Novorossiya</i>	Термін, який використовується для позначення військового конфлікту на території України між урядовими військами та повстанцями.