

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

**Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства**  
**на тему: «Оказіоналізми у сучасному англійськомовному мас-медійному**  
**дискурсі як проблема перекладу українською мовою»**

Студентки групи Па 58-23  
факультету германської філології і  
перекладу  
освітньо-професійної програми  
Перекладознавство: професійно-  
орієнтований переклад (англійська мова і  
друга іноземна мова)  
за спеціальністю 035 Філологія  
Авраменко Марії Олександрівни

Допущена до захисту  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 року

Науковий керівник:  
доцент кафедри,  
кандидат філологічних наук  
Никитченко К. П.

Завідувач кафедри теорії і практики  
перекладу з англійської мови

\_\_\_\_\_ доц. Мелько Х.Б.  
(підпис) (ПІБ)

Національна шкала  
Кількість балів:  
Оцінка:ЄКТС

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Department of Theory and Practice of Translation from the English Language

**Master Degree Thesis in Translation Studies**

**under the title:** “Nonce words in contemporary English mass media discourse as a problem of translation into Ukrainian”

Group Pa 58-23  
School of Germanic Philology and  
Translation  
Educational Programme Translation  
Studies: Specialized Translation (English  
and Second Foreign Language)  
Majoring 035 Philology  
Mariia O. Avramenko

Research supervisor:  
K. P. Nykytchenko  
Associate Professor,  
Candidate of Philology

Kyiv – 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>1</b>
<b>РОЗДІЛ 1</b>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ У ГУМАНІТАРНІЙ ПАРАДИГМІ.....</b>	<b>5</b>
1.1 Дослідження okazіоналізмів як шару неологічної лексики.....	5
1.1.1 Поняття «оказіоналізм» та розмежування суміжних термінів.....	7
1.1.2 Типологія okazіоналізмів.....	15
1.2 Перекладацькі стратегії відтворення okazіоналізмів.....	20
1.3 Особливості мас-медійного дискурсу та специфіка його перекладу .....	27
Висновки до розділу 1 .....	31
<b>РОЗДІЛ 2</b>	
<b>СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ .....</b>	<b>33</b>
2.1 Семантичні особливості okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі.....	33
2.2 Структурні особливості okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі. ....	48
2.3 Прагматичні функції okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі.. ....	55
Висновки до розділу 2 .....	61
<b>РОЗДІЛ 3</b>	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКИХ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ .....</b>	<b>63</b>
3.1 Способи еквівалентного відтворення українською мовою okazіоналізмів у перекладах англійськомовного мас-медійного дискурсу .....	63
3.2 Застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій okazіоналізмів у перекладі текстів англійськомовного мас-медійного дискурсу .....	72

<b>Висновки до розділу 3 .....</b>	<b>79</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>82</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>85</b>
<b>СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>95</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ .....</b>	<b>96</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>106</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>123</b>

## ВСТУП

У сучасному глобалізованому світі мас-медійний дискурс, особливо в англійськомовних країнах, відіграє значну роль у формуванні культурних та соціальних уявлень про навколишній світ. Одним із ключових аспектів мас-медійного дискурсу є використання okazionalizmiv, які є нетрадиційними лексичними одиницями, що з'являються у відповідь на соціальні, культурні або політичні зміни.

**Актуальність теми** дослідження полягає в проблемі перекладу okazionalizmiv з англійської на українську мову, що є необхідним для розвитку теорії і практики перекладознавчої науки, а також має суттєве значення для комунікації та покращення якості медіа-перекладу.

**Мета дослідження** полягає в детальному аналізі okazionalizmiv в сучасному англійськомовному мас-медійному дискурсі та виявленні проблем і стратегій їх перекладу українською мовою. Зокрема, мета дослідження спрямована на визначення особливостей створення і функціонування okazionalizmiv у англійськомовному медійному дискурсі, що обумовлює такі **завдання** як:

- 1) зробити огляд та систематизацію теоретичних аспектів okazionalizmiv та їхньої ролі у мас-медійному дискурсі;
- 2) вивчити існуючі підходи до перекладу okazionalizmiv;
- 3) схарактеризувати мас-медійний дискурс як середовище існування okazionalizmiv та окреслити основні принципи його перекладу;
- 4) проаналізувати приклади okazionalizmiv в англійськомовних медіа з огляду на їхню структуру, значення та функції;
- 5) описати способи перекладу okazionalizmiv в сучасному англійськомовному мас-медійному дискурсі.

**Об'єктом дослідження** є okazionalizmi, які виникають і функціонують в сучасному англійськомовному мас-медійному дискурсі.

**Предметом дослідження** є семантико-структурні та перекладацькі особливості okazіоналізмів в англійськомовному мас-медійному дискурсі.

У процесі дослідження з метою отримання достовірних результатів були застосовані такі **методи дослідження**: структурно-семантичний метод, що спрямований на вивчення структурних і семантичних особливостей okazіоналізмів в контексті мас-медійного дискурсу; дескриптивний метод, призначений для опису та систематизації okazіоналізмів у сучасному англійськомовному мас-медійному дискурсі; метод перекладацького аналізу тексту, що використовувався для детального аналізу процесу перекладу okazіоналізмів, включаючи вивчення стратегій перекладу та їх ефективність; метод кількісних підрахунків, спрямований на статистичний аналіз частоти вживання різних типів okazіоналізмів та їх перекладацьких стратегій; прагматичний метод, що був зосереджений на перекладі та його впливі на комунікативну ефективність і інтерпретацію інформації, зокрема через культурні та контекстуальні відмінності; метод суцільної вибірки, що дозволяє уникнути суб'єктивного відбору слів та забезпечує включення усіх okazіоналізмів для аналізу їх вживання та перекладу.

**Наукова новизна** дослідження полягає в аналізі та класифікації сучасних англійських okazіоналізмів, що дозволяє краще розуміти їх функціонування та особливості, застосуванні інтегрованого підходу до перекладу, що забезпечує комплексний аналіз перекладацьких проблем та пропонує ефективні рішення для перекладу складних термінів, а також накопиченні емпіричних даних, так як дослідження включає аналіз реальних прикладів перекладу okazіоналізмів з мас-медійного дискурсу, що забезпечує емпіричну базу для перевірки теоретичних висновків. Це дозволяє підтвердити ефективність запропонованих методів і підходів на практиці.

**Практичне значення** одержаних результатів роблять значний внесок у загальну теорію перекладу, зіставне мовознавство та лексикологію. Крім того, результати дослідження можуть бути корисними для розширення навчальних

курсів з теоретичної граматики, зокрема в галузях «Семантики» та «Лексикології», де можна детально розглянути вплив okazіоналізмів на структуру мови. У таких курсах студенти зможуть отримати глибше розуміння того, як нестандартні лексичні одиниці можуть впливати на процес перекладу і як ефективно їх адаптувати для цільової аудиторії.

Результати дослідження, викладені в цій кваліфікаційній роботі, **були апробовані** на міжнародній науково-практичній конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови», за результатами якої опубліковано тези:

Авраменко, М. О. (2024). Дослідження okazіоналізмів як шару неологічної лексики у перекладацькому аспекті. *"Ad orbem per linguas. До світу через мови"*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Семіотика української НЕЗЛАМНОСТІ: мова – освіта – дискурс", 16–17 травня 2024 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2024. С. 3-5. [https://knlueduua-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/website\\_knlu\\_edu\\_ua/EXOqCvfsGVVCuIrQBhKjfrAB91SvGDIcrfj4X-FOeXfPtw?e=RDbuUz](https://knlueduua-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/website_knlu_edu_ua/EXOqCvfsGVVCuIrQBhKjfrAB91SvGDIcrfj4X-FOeXfPtw?e=RDbuUz).

**Робота складається** зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, висновків до всієї роботи, трьох списків використаних джерел, додатків та резюме.

У Розділі 1 узагальнено теоретичні аспекти та висновки про досліджені концепти та їх вплив на подальше дослідження.

Розділ 2 містить підсумок результатів дослідження структурно-семантичних і прагматичних особливостей okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі.

У Розділі 3 продемонстровано результати аналізу перекладу англійських okazіоналізмів українською мовою, а також вказано на основні труднощі та ефективні стратегії перекладу.

У Висновках сформовано загальні висновки за результатами дослідження. Узагальнено основні результати, проаналізовано досягнення мети та завдань

дослідження, а також запропоновано рекомендації для подальших досліджень у цій області.

Список використаних джерел містить усі джерела, які були використані для написання та обґрунтування результатів дослідження.

Список довідкової літератури включає в себе джерела, які використовуються для загального ознайомлення з темою дослідження, але не є безпосередньо цитованими або використаними в тексті роботи.

Список джерел ілюстративного матеріалу містить шифри до кожного речення, які використовуються для точного посилання на джерело, що ілюструє або підтверджує певну частину тексту.

У Додатках до кваліфікаційної роботи містяться 100 англійських речень із їхніми відповідними перекладами українською мовою, що були використані для ілюстрації основних аспектів перекладацьких трансформацій okazionalizmів у мас-медійному дискурсі.

Резюме в кінці кваліфікаційної роботи містить стислий огляд проведеного дослідження, підсумки основних результатів та висновки англійською мовою.

Бібліографія налічує 100 джерел. Загальний обсяг роботи 130 сторінок.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ У ГУМАНІТАРНІЙ ПАРАДИГМІ

#### 1.1 Дослідження okazionalizmів як шару неологічної лексики.

З розвитком суспільства та появою нових технологій, соціальних та культурних трансформацій, мова постійно еволюціонує, а разом з нею змінюється її лексичний склад. Вслід за М. П. Кочерганом варто зазначити, що найважливішою умовою існування мови є її безперервний розвиток, який чи не найвиразніше проявляється саме у лексико-семантичній системі. Процес пізнання світу, поява нових понять і реалій, зміни в суспільному житті, науковий та технічний прогреси відбуваються безперервно і вимагають необхідної кількості нових лексичних одиниць. Відтак, коли одні слова зникають із мови, то інші навпаки з'являються [32: 225].

Мовознавець М. П. Кочерган наголошує, що зміни в лексиці зумовлені як позамовними, так і внутрішньомовними причинами. До позамовних (позалінгвальних) причин належать зміни в навколишньому світі (будь-які новації у суспільному житті, побуті, техніці тощо). В свою чергу, тенденції до економії, уніфікації, системності мовних засобів тощо представляють внутрішньомовні (інтрамовні, внутрішньолінгвальні) причини змін словникового складу [32: 225].

Таким чином, виникнення нових мовних одиниць у результаті динамічних змін у мовах стало предметом дослідження нової наукової дисципліни, що сформувалася внаслідок зростаючого інтересу лінгвістів до такої науки як неологія. Відома українська мовознавиця Ж. В. Колоїз зазначає, що хоча неологія як окрема наукова дисципліна сформувалася лише в другій половині ХХ ст., тим не менш, у ХХІ ст. цей термін досі активно використовується для позначення сукупності новоутворень у мові [29: 57].

Важливим питанням є розрізнення відмінностей оказіоналізмів від неологізмів з метою розуміння процесів мовної інновації. Істотно те, що поняття неологізму зводяться до двох основних визначень: «(1) неологізми – це слова або мовні звороти, створені для позначення нового предмета, явища чи вираження нового поняття» [1: 151] [2: 105] і «(2) неологізми – це слова, а також їхні окремі значення, сполучення слів чи вислови, які з'явилися в мові на певному етапі її розвитку» [61: 31]. Загальномовні неологізми відрізняються від стилістичних (оказіоналізмів) тим, що їх новизна усвідомлюється більшістю носіїв мови, тоді як стилістичні неологізми є авторськими новотворами для конкретного контексту [4: 408-409] [3: 417-418]. Проте, точне визначення неологізму залишається дискусійним, оскільки, як зазначає К. Ю. Ладоня, «неологізм не є статичним, він має динамічну природу, тому часом важко визначити межі перебування новоутворення в статусі неологізму» [36: 38].

Згідно з дослідженнями Ж. В. Колоїз, оказіоналізми вважаються «прототипами кожного загальномовного неологізму, а це означає, що усе нове під час свого народження є випадковим, створюється не всіма носіями мови одночасно, а окремим індивідом» [29: 62]. Модель функціонування неологізму передбачає декілька послідовних етапів: від оказіоналізму, що виникає в конкретній комунікативній ситуації, до узуального неологізму, який активно використовується в мові, і, зрештою, до втрати ознак новизни та перетворення на звичайне слово [25: 80].

Як зазначає О. М. Турчак, терміни «оказіоналізм» та «оказіональне слово» походять від латинського “*occasio*” (випадок), що вказує на їхнє виникнення в конкретних ситуаціях спілкування [65: 300].

Отже, дослідження оказіоналізмів як шару неологічної лексики має важливе значення для розуміння процесів еволюції мови та сприяє поглибленню знань про функціонування мови загалом. Розвиток мови є невід'ємною частиною постійних змін у суспільстві, що відображається у появі нових лексичних

одиниць, тож okazіоналізми є прикладами незвичної лексики, що має унікальний характер та природу.

### **1.1.1 Поняття «оказіоналізм» та розмежування суміжних термінів.**

Лексика є найбільш гнучким і змінюваним аспектом будь-якої мови, та відбиває те, як люди сприймають реальність. Також, лексика показує, як мова адаптується до прогресу і досягнень у різноманітних сферах життя, що відображають постійний її розвиток.

В. А. Гладка підкреслює, що відсутність єдиної теорії okazіональності ускладнює визначення природи неологізмів та okazіоналізмів, а також розробку чітких критеріїв для їх розмежування [11: 21].

Однак, В. А. Гладка також торкається теми розробки критеріїв розмежування неологізмів від okazіональних утворень. Проаналізувавши мовні та мовленнєві ознаки неологічних і okazіональних утворень, науковиця виділяє:

- ***Критерій приналежності новоутворення до мови або мовлення***, який розглядається як здатність до входження/невходження до узусу або здатність до повної інтеграції;
- ***Критерій відтворюваності або твірності інновації***, де неологізми функціонують у мовленні як відтворювані одиниці, а okazіоналізми як одиниці, що творяться для кожного випадку свого вживання;
- ***Критерій ознаки новизни новоутворення***, який вказує на короткочасність існування okazіоналізмів у мовленні, відокремлюючи їх від неологізмів;
- ***Критерій синхронно-діахронної дифузності***, який наділяє okazіоналізми двобічною ознакою і синхронності, і діахронності водночас. Як зазначає науковиця, «Акт народження okazіонального слова (діахронний момент) і акт його функціонального існування з іншими okazіональними та узувальними словами (синхронний момент) є одночасними»; [11: 23]

- **Критерій функціональної одноразовості**, де окреслюється унікальність використання okazіоналізму у конкретних, особливих ситуаціях;
- **Критерій номінативної факультативності/обов'язковості новоутворення**, де неологізми закріплені за суспільно-мовленнєвою практикою, натомість okazіоналізми не є настільки впізнаваними словами;
- **Критерій експресивності новоутворення**, який пояснює експресивну природу okazіоналізму через утворення самого слова завдяки порушенням формальних і семантичних правил мовного словотвірного стандарту на протигагу неологізму, для якого експресивність виступає другорядною ознакою, оскільки вони створені за прийнятими мовними стандартами;
- **Критерій нормативності/ненормативності новоутворення**, де okazіоналізми, на відміну від неологізмів, характеризуються як позатекстові лексичні одиниці, що знаходяться за межами мовної норми;
- **Критерій індивідуальної приналежності**, за яким, будучи індивідуально-авторськими словами, okazіоналізми належать певному автору [11: 21-24].

Інша науковиця, Є. Б. Новікова, наголошує, що хоча неологізми, okazіоналізми та потенційні слова досліджувались в найрізноманітніших аспектах і вимірах, проте все ж дотепер не існує загальноприйнятого, універсального визначення їхньої суті, місця та статусу [48: 97]. На думку Є. Б. Новікової, дослідники стикаються з низкою проблем при вивченні okazіоналізмів, неологізмів та потенційних слів. Серед них: 1) відсутність єдиної термінології; 2) складність визначення okazіоналізмів через порівняння з іншими словами; 3) нез'ясованість причин їх виникнення та функцій; 4) механізми перетворення okazіоналізмів на загальноновизнані слова [48: 98].

Що стосується потенційних слів, їх трактують як лексеми, яких фактично не існує в мовній системі та які є антиподами okazіональних слів, оскільки «потенційні слова продукуються за законами словотворення» [31: 30]. Іншими словами, потенційні слова, як і okazіоналізми, є частиною мовлення і не належать до загальноприйнятого словникового запасу певної мови. Однак, на відміну від okazіоналізмів, потенційні слова трактуються нормативними, тобто такими, які не мають стилістичного маркування. Крім того, якщо утворення потенційних слів передбачає дотримання певних словотворчих моделей, то okazіоналізми можуть виникати як результат мовної гри та експериментування [28: 2].

Багато дослідників, серед яких і науковиця О. М. Турчак, вважають, що спектр мовних новоутворень досить широкий і включає в себе не лише неологізми та okazіоналізми, а й потенційні слова, які мають свої особливості формування та функціонування. Погоджуємось з думкою О. М. Турчак, що «Потенційні слова мають, як і okazіоналізми, мовленнєвий характер, тобто не належать до мови, але, на відміну від okazіоналізмів, вони нормативні, утворені за продуктивними моделями словотвору» [65: 302].

Важливим аспектом також є категорії «okazіональності» та «узуальності». Згідно з дослідженням М. В. Бойчук, «узуальність» слова передбачає його стійкість у мовній системі та широке використання носіями мови, на відміну від «okazіональності», яка характеризується індивідуальністю та ситуативністю [4:9].

Ж.В. Колоїз зауважує, що «Узуальне – це вже не індивідуальне, не okazіональне, але ще й ненормативне, несистемне, хоч може ним стати, апробувавшись у мовленні» [31: 6]. Крім того, авторка підтверджує тезу про те, що okazіоналізми – це тимчасові мовні явища, які не стають частиною загальномовного лексикону. Категорія okazіональності / узуальності визначає ступінь вживання слова в мові. Звідси випливає, що okazіоналізми мають нульовий рівень узуальності, тобто вони використовуються дуже рідко і, як правило, лише конкретним автором. Нульовий рівень адаптації передбачає, що

оказіоналізми часто не дотримуються традиційних граматичних правил (наприклад, відмінювання, узгодження) або лексичних норм (правильне використання слів), оскільки вони можуть бути створені шляхом об'єднання непок'єднаних зазвичай слів, зміни частини мови або інших нестандартних прийомів. В свою чергу, нульовий ступінь відтворюваності демонструє відсутність оказіоналізмів у мовному обігу, що є ознакою їх оригінальності та свідчить про їхню обмежену вживаність [27: 85].

Аналізуючи критерії розмежування неологізмів та оказіоналізмів, Т. Г. Окуневич систематизує критерії, за якими можна відрізнити нові слова, що з'являються в мові природним шляхом, від індивідуальних новоутворень, створених авторами для певних цілей. До таких критеріїв відносяться: хронологія появи слова, наявність автора, відчуття новизни та ступінь інтеграції слова в мовну систему [49: 83].

Необхідно також зупинитися і на функціях, які виконують оказіоналізми. О. В. Сабан розглядає такі функції оказіоналізмів як:

- (1) Номінативна функція;
- (2) Функція збагачення словникового запасу мови;
- (3) Компресивно-інформативна функція;
- (4) Функція узагальнення та диференціації;
- (5) Діагностична функція;
- (6) Експресивна функція;
- (7) Функція евфемізації;
- (8) Функція дисфемізації [56: 129-132].

Ю. О. Нагорна пропонує *структурний, функційний та прагматичний* критерії вважати основними при наданні слову статусу оказіональності [96: 15]. *Структурний* критерій полягає в утворенні словотвірної моделі за незвичним типом та з порушенням структурних норм, *функційний* – у залежності оказіоналізму від контексту або якоїсь конкретної ситуації, а *прагматичний*, в

свою чергу, у творенні okazіоналізмів як для називання нових явищ, понять, так і для «надання оцінки некатегоризованому в словотвірній нормі мови» [45: 15].

На думку О. М. Турчак, okazіоналізм можна розглядати як засіб посилення експресивності мовлення, оскільки вони допомагають автору створити яскраві образи та підкреслити індивідуальність стилю. До того ж, okazіоналізми є результатом відхилення від мовних норм та, зокрема, характеризуються одноразовим використанням [64: 5-6].

Л. А. Дядечко пропонує розглядати okazіоналізми через призму чотирьох критеріїв. До цих критеріїв належать «(1) лексикографічний; (2) словотвірний; (3) створення так званої мовної девіації; (4) експресивно-стилістичний» [19: 77].

*Лексикографічний критерій* ґрунтується на приналежності okazіоналізмів не мові, а мовленню, що вказує на відсутність фіксованості у словниках та нерегулярність використання. *Словотвірний критерій* базується на тому, що okazіональні лексеми доволі часто утворюються з порушенням законів словотворення, а *експресивно-стилістичний критерій* полягає у твердженні, що «okazіоналізми мають великий ступінь експресивності, що надає тексту більшої емоційності, привертаючи увагу читача» [19: 77].

За словами О. Дзюбіної, «Неологізми та okazіоналізми відрізняються узуальністю/неузуальністю у входженні до загальноживаної лексики.» На відміну від інших лексичних новоутворень, неологізми відзначаються високим ступенем узуальності, що свідчить про їхню здатність закріпитися в мові і стати загальнозрозумілими [17: 80-81]. З цього випливає, що неологізми, як соціальні конструкти, прагнуть до інтеграції в мовну систему і, як наслідок, до фіксації в словниках [17: 80-81]. Вчена приходить до висновку, що «*okazіоналізми* – індивідуальні новоутворення, які використовують тільки одна або декілька осіб» [17: 80-81]. На додачу, відмінність okazіоналізмів від неологізмів є у тому, що okazіоналізми не містяться у словниковому складі, «а існують і функціонують у маргінальній області» [17: 80-81]. Дослідниця пояснює, що okazіоналізми

зберігають свою новизну та оригінальність протягом усього часу існування, не підкоряючись обмеженням часу [17: 80-81].

Як пише І. В. Денисова, відношення okazіоналізмів до мовної норми є варіативним і залежить від їхньої внутрішньої структури та ступеня відхилення від загальноприйнятих моделей словотворення. Безперечно, у більшості випадків ці слова є ненормативними [16: 32].

На думку І. О. Лелет, найпоширенішими способами утворення okazіоналізмів є деривація, а саме **афіксація, контамінація, конверсія** [37: 75]. Афіксація є створенням нових слів від основ існуючих слів за допомогою суфіксів та префіксів, контамінація є «злиттям» двох узуальних основ, а конверсія є безафіксним, морфолого-синтаксичним шляхом словотвору.

А. Літак вважає, що okazіоналізми з'являються в мові чотирма шляхами: **словоскладанням, деривацією, семантичною деривацією та запозиченням** [85: 26].

Досліджуючи природу okazіоналізмів, дослідники Н. І. Нагайцева та І. О. Романов роблять висновок, що okazіональні номінації з'являються частіше за допомогою продуктивних словотвірних типів, як-от, **афіксації**, а також можуть утворюватися внаслідок несистемного (неузуального) словотвору суто за допомогою okazіональних шляхів: **міжсловесним накладанням, контамінації та графічної деривації** [89: 13].

В. В. Кузєбна вважає словоскладання реалізованим за допомогою таких словотвірних моделей як модель «**дієслово + іменник**», «**іменник + іменник**», «**прикметник + іменник**» [33: 106].

Варто також проаналізувати і ступені okazіональності, за якими вчені виділяють okazіоналізми першого, другого та третього ступенів. Так, зокрема, Ю. Піотрович та А. Сітко розрізняють потенційні слова як okazіоналізми першого ступеня, мовні конструкції, що відхиляються від стандартних моделей, але не ускладнюють розуміння їхнього значення як okazіоналізми другого



ступеня та суто нові okazіоналізми, okazіоналізми третього ступеня, семантику яких важко витлумачити [52: 146].

За даними досліджень В. В. Головенько та О. О. Залужної, okazіональні слова за ступенем okazіональності також класифікують на три окремі категорії:

- *okazіоналізми першого ступеня*, що утворюються відповідно до дериваційних мовних норм;

- *okazіоналізми другого ступеня*, що є частково незвичними новотвореннями, у яких незначні порушення дериваційних норм не заважають семантичній інтерпретації;

- *okazіоналізми третього ступеня*, які є виключно нестандартними новотвореннями, у яких суттєвий відступ від дериваційних норм значно ускладнює семантичну інтерпретацію [13: 132].

Суть вищевикладеного зводиться до того, що сьогодні і досі виникають труднощі і зі спробами визначення й розмежування вже відомих понять неології, як «okazіоналізм» і «неологізм», оскільки okazіоналізми мають конкретного автора і є результатом індивідуальної мовної творчості, на відміну від неологізмів, які є продуктом колективної мовної діяльності; виконують експресивну функцію, тоді як неологізми зазвичай слугують для позначення нових понять і явищ; виникають спонтанно, тоді як неологізми є результатом певних мовних процесів і відповідають загальним закономірностям мовного розвитку [36: 39].

Д. В. Гайданка зауважує, що okazіоналізм є авторським словом, створеним для конкретного контексту і не призначене для широкого використання. Це слово повністю залежить від індивідуальної творчості та «передбачає вмилу ігрову маніпуляцію узуальним мовним матеріалом, часто має не поняттєвий, а сенсорно-емотивний зміст» [10: 55].

Тож, зі сказаного раніше випливає, що дослідження сутності та характеристик неологізмів, okazіоналізмів та потенційних слів вказує на досить складну природу цих слів в мові, оскільки серед багатьох дослідників існують

різні погляди щодо визначень та класифікацій описаних лінгвістичних явищ. Праці В. А. Гладкої, Є. Б. Новікової та О. М. Турчак вказують на те, що попри багатоаспектні дослідження, досі не існує універсальних та загальноприйнятих критеріїв розмежування okazіоналізмів та суміжних понять. Погляди Ж.В. Колоїз, О. М. Турчак, М. В. Бойчук вказують на значення автора та експресивності у формуванні okazіоналізмів. Крім того, Т. Г. Окуневич та Л. А. Дядечко надають додаткового розуміння процесу їхнього утворення та функціонування у мовленні, а праці О. Дзюбіної та І. В. Денисової вказують на складні аспекти статусу okazіоналізмів у мовному просторі та їхнє співвідношення з мовною нормою. Від неологізмів okazіоналізми відрізняються експресивністю, збереженням авторства, одноразовістю (іншими словами, функціональним разовим характером уживання, синхронною та діахронною дифузністю та утворюваністю.

Здійснений аналіз дає змогу дійти висновку, що okazіоналізм є лексичною одиницею, який визначається як слово чи вираз, створене для певного контексту чи ситуації. Безсумнівно, ці утворення демонструють новаторство, креативність оригінальність та унікальність, часто порушуючи традиційні закони словотвору. Незважаючи на те, що okazіоналізми хоча й не стають загальноживаними, вони завжди зберігають свою новизну, додаючи мові додаткової експресії та стилістичної виразності.

Отже, okazіоналізми потребують подальших емпіричних, а згодом і теоретичних досліджень, а також глибшого розуміння створення нових слів, що беззаперечно сприятиме розвитку мовознавчої науки в цілому.

**1.1.2 Типологія okazіоналізмів.** Враховуючи той факт, що okazіоналізми є компонентами живої мови, які відображають творчість, спонтанність та експериментальність, важливо чітко окреслити їх типологію та характеристики, оскільки, досліджуючи okazіоналізми, слід враховувати особливості їх перекладу, а також розуміти, які перекладацькі методи і прийоми використовувати.

Варто також зауважити, що внутрішньомовні процеси сприяють появі нових слів, які становлять значну частину нової лексики. Ці процеси включають різноманітні морфологічні методи словотворення: складання слів та основ, афіксацію (як суфіксацію, так і префіксацію), а також безафіксну деривацію [6: 15].

Цитуючи М. В. Бойчука, варто зазначити, що «Через свою «зовнішню» незвичність okazіоналізм несе значне експресивне навантаження, тож дискурсивна поява okazіоналізма автоматично акцентує на ньому увагу реципієнта тексту» [4: 11].

М. В. Бойчук та В. М. Бойчук наголошують, що «Адресант і адресат okazіоналізму вступають у мовну гру, яка є універсальним елементом лінгвокультури. Вона визначається як сукупність спеціально дібраних мовленнєвих і мовних засобів, які використовуються мовцем для створення певного ефекту» [3: 4-5].

Т. Г. Юрченко підкреслює, що «Okazіоналізми активно використовуються у художньому, розмовному і (рідше) публіцистичному стилях та служать як експресивні засоби впливу на адресата (читача або слухача) тексту» [73: 5].

Серед зарубіжних дослідників та відомих лінгвістів, okazіоналізми вивчались Л. Бауером [74], Д. Г. Веласко [94], Дж. Мунат [88], зокрема *створювались* Л. Керролом [76], а також були об'єктами наукових праць А. Лерера [84], С. Мюляйзен [87] та багатьох інших.

За традиційним підходом, okazіоналізми за формою одиниці поділяються на фонетичні, лексичні, граматичні (морфологічні), семантичні та графічні.

### 1. *Фонетичні okazіоналізми.*

Словацька дослідниця С. Томашикова виділяє серед авторських неологізмів фонетичні okazіоналізми. Фонетичні okazіоналізми є надзвичайно цікавими лінгвістичними одиницями, які, незважаючи на труднощі під час ідентифікації денотата, збагачують мову [93].

Л. Мініч зауважує, що фонетичні okazіоналізми виникають завдяки використанню автором нехарактерних для мови звукових поєднань, які «містять і передають певну семантику, зумовлену фонетичними значеннями звуків» [86: 49].

В. Куца робить висновок, що фонетичні okazіоналізми є новоутвореннями, які виникають за умови, коли автор використовує певний звуковий комплекс з метою передачі певної семантики, що пов'язана з фонетичними значеннями звуків [34: 164].

Ю. Гришко виділяє наступні підвиди фонетичних okazіоналізмів:

- *фонетичні okazіоналізми-глосолалії*, що не мають жодного значення поза контекстом та повністю орієнтовані на акустико-артикуляційні властивості звуків;

- *фонетичні okazіоналізми на рівні ономапоєї*, зокрема асонанси та алітерації, що демонструють найвищий рівень okazіональності, оскільки виникають у результаті індивідуальних, несвідомих фонетичних асоціацій під час творчого процесу;

- *комплексні фонетико-графічні утворення*, що є інтегративними сполуками, які внаслідок злиття компонентів утворили цілісну оригінальну одиницю [80: 38-42].

Яскравим прикладом фонетичних okazіоналізмів є вірш Л. Керрола "Jabberwocky":

*Tw'as bryllyg, and ye slythy toves  
Did gyre and gymb'le in ye wabe:  
All mimsy were ye borogoves;*

*And ye tome raths outgrabe* [76: 130].

Є. Смірнова, А. Садикова та Д. Давлетбаєва зазначають, що фонетичні okazіональні слова постають у формі будь-якого звуку та вживаються радше у поезії, ніж у прозі [92: 544].

## **2. Лексичні okazіоналізми.**

На думку М. В. Леонової, лексичні okazіоналізми використовуються для того, щоб дати нові назви вже існуючим поняттям за допомогою різних мовних засобів. Завдяки їм створюється «нова матеріальна форма вираження, яка, відбиваючи нове лексичне значення, демонструє відношення між актуальними реальними або ірреальними предметами та явищами» [38: 9].

Ж. В. Колоїз вважає, що лексичні okazіоналізми виникають у ході комунікативного процесу з метою досягнення певних граматичних цілей. У цьому випадку традиційні, формальні, закріплені у системі мови (у мовленнєвому узусі) показники змінюються для конкретного класу грамем, внаслідок чого з'являються нові випадкові граматичні модифікації [26: 30].

А. Лерер переконаний, що лексичні okazіоналізми часто формуються шляхом комбінування узуальних основ та афіксів, порушуючи при цьому традиційні правила словотворення. Кожна нова okazіональна одиниця утворюється з морфем, які вже існують у мові. Цей тип okazіональних слів переважає у художній літературі і, особливо, у прозі [84: 163-185].

Прикладом лексичних інновацій можуть слугувати okazіоналізми *anarchitecture* (*anarchie* + *architecture*) [96: 6], *tweople* (*tweet* + *people*) [21: 54].

## **3. Граматичні (морфологічні) okazіоналізми.**

Граматичні (морфологічні) okazіоналізми, як зазначає С. Мюляйзен, є словами, де спостерігається розбіжність між значенням та формою слова [87: 163-245].

А. Худолій також підкреслює, що «граматичні okazіоналізми представлені новотворами, в яких лексична семантика і граматична форма вступають у суперечність» [82: 16-20]. Посилаючись на дослідника, варто наголосити, що

«Граматика невіддільна від лексики, а, навпаки, синкретична з нею за асоціативно-вербальною сіткою, яка репрезентує індивідуальний лексикон носія мови» [82: 16-20].

Найяскравішим прикладом граматичних okazіоналізмів є дитячий віршик, написаний у минулому столітті:

*Forth from his den to steal he stole,*

*His bags of chink he chunk,*

*And many a wicked smile he smole,*

*And many a wink he wunk [95: 39].*

#### **4. Семантичні okazіоналізми.**

Л. Мініч описує семантичні okazіоналізми як неосемантизми, які є узуальними словами. Вона стверджує, що семантичні okazіоналізми здобувають додаткові семантичні відтінки в конкретному контексті або ж зазнають семантичного звуження [86: 50-51].

В. А. Куца також робить висновок, що «семантичні okazіоналізми є лексемами, які з контексту набувають нових відтінків значень» [34: 164].

Ж. В. Колоїз вважає, що «семантичні okazіоналізми мають подібну до узуальних лексем матеріальну форму вираження, але відрізняються від останніх okazіональним значенням» [30: 110].

Деякі науковці, такі як, наприклад, Є. А. Карпіловська, називають семантичні okazіоналізми частково та абсолютно семантичними, де частково семантичні слова виступають вербалізаторами аспектів відомих понять, а відтак в цьому полягає їхня унікальність [81: 234-236].

Окрім того, Н. С. Молодча стверджує, що «грунтуючись на дихотомії «форма – зміст», семантичні okazіоналізми визначаються одиницями, в яких узуальна форма суміщена з новим значенням, у той час у лексичних okazіоналізмів нова форма суміщена з новим значенням» [43: 7].

Прикладами семантичних okazіоналізмів слугують слова *black* (має різні семантичні відтінки в різних культурах) [57: 586], *galleon* (парусне судно, але у циклі романів Дж. К. Ролінг про Гаррі Поттера позначає валюту галеон) [68: 34].

#### **6. Графічні okazіоналізми.**

На думку Л. А. Дядечко, графічні (графемні) okazіоналізми функціонують частіше у рекламі, ніж у художніх творах. Виконуючи прагматичну функцію, такі слова завжди привертають увагу аудиторії, оскільки навмисно створюються з порушенням графічних норм [19: 80].

О. М. Турчак робить висновок, що графічні okazіоналізми сприяють високому рівню інформативності завдяки «семантичній конденсованості» [64: 16].

Д. Д. Мішина у своїй роботі аналізує приклад графічних okazіоналізмів з трилогії Дж. Р. Р. Толкіна «Володар пернів». Прикладами графічних okazіоналізмів є слова *Orofarnë*, *Tinúviel*, *Anárion*, адже, як зазначає авторка, «графічні okazіоналізми можна розпізнати за допомогою будь-якої частини слова, яка написана іншим шрифтом» [42: 42].

Таким чином, зі сказаного раніше випливає, що типологія okazіоналізмів розкриває їх особливості та тонкощі завдяки поділу на різні групи. Фонетичні okazіоналізми відображаються у специфічних звукових комплексах та зустрічаються частіше в поезії. Лексичні okazіоналізми, в свою чергу, утворюються за допомогою поєднання різноманітних морфем та афіксів та зустрічаються радше в художній літературі, ніж в поезії. Граматичні okazіоналізми характеризуються суперечністю між лексичною семантикою та граматичною формою слова, а семантичні okazіоналізми набувають нових значень в залежності від контексту та можуть розглядатись як часткові або абсолютні.

## 1.2 Перекладацькі стратегії відтворення okazіоналізмів.

Як уже зазначалось вище, okazіоналізми є унікальними мовними одиницями, що створюються автором з метою демонстрації певних стилістичних або емоційних ефектів. Звідси випливає, що переклад цих слів вимагає не лише відмінного знання мови оригіналу, але й творчості та, подекуди, імпрровізації з метою збереження авторського стилю та намірів. Відтак, відтворення okazіоналізмів у перекладі є складним та водночас захоплюючим завданням, а значить, потребує вибору відповідних стратегій та підходів.

Т. М. Ніколаєва зазначає, що стратегії в перекладі є певними процедурами, що використовуються для розв'язання конкретних перекладацьких проблем. Окрім того, стратегія перекладу визначається як поставлені завдання та умови, в яких здійснюється перекладацька діяльність [47: 111].

О. А. Михайленко пропонує перекладацькими стратегіями називати етапи та способи діяльності перекладача, а також загальні підходи до перекладу, які визначають вибір конкретних прийомів. Іншими словами, це послідовність кроків, які дозволяють перекладачеві ефективно працювати з текстом. Більше того, для досягнення перекладацьких цілей необхідно створити переклад, який за своїми комунікативними функціями буде еквівалентний оригіналу [57: 152].

Т. В. Пастрик, в свою чергу, виділяє *три групи перекладацьких стратегій*:

- *конативні стратегії*, що залежать від адресата;
- *особистісні стратегії*, що залежать від індивідуальних особливостей перекладача;
- *стратегії, засновані на знаннях про когнітивну, емоційну та естетичну інформацію та способи її вербалізації*, що залежать від лінгвістичних знань перекладача [50: 11].

Г. Крінге визначає стратегію перекладу як «плани перекладача щодо вирішення конкретних проблем в процесі перекладу» [83: 268].



Оскільки okazіоналізми утворюються з порушенням правил творення слів чи мовної норми та існують лише в певному контексті, переклад таких слів викликає неабиякі труднощі. У теорії перекладу вони навіть вважаються неперекладними. Все ж перекладознавці вдаються до різного роду трансформацій, що покликано необхідністю відтворити текст іншою мовою.

Насьогодні відомі такі способи перекладу okazіоналізмів:

- 1) утворення нової лексичної одиниці, що не існує у мові перекладу;
- 2) калькування;
- 3) експлікація;
- 4) контекстуальна заміна;

5) смисловий розвиток [72: 20]. Утворення okazіоналізмів у мові перекладу є найпоширенішим перекладацьким прийомом, адже таке слово несе більше експресивності та привертає увагу читача.

К. П. Никитченко виділяє такі способи перекладу okazіоналізмів, до прикладу як:

- 1) транслітерація та транскрибування;
- 2) практичне транскрибування або перекладацька транскрипція;
- 3) створення okazіоналізму в мові перекладу;
- 4) описовий переклад;
- 5) функціональна заміна;
- 6) семантична експлікація;
- 7) нульовий переклад (опущення);
- 8) нульове транскодування;
- 9) аналоговий переклад;

10) калькування;

11) переклад, при якому надається додаткове значення вже існуючому слову [46: 90-91].

Д. Мішина наголошує, що найчастотнішими трансформаціями для передачі okazіоналізмів є:

- 1) транскрипція і транслітерація;
- 2) практичне транскрибування;
- 3) калькування;
- 4) аналоговий та описовий переклад [42: 53].

### 1. *Транскрипція та транслітерація.*

Цитуючи Т. Є. Гончарову, важко не погодитись, що транскрипція та транслітерація є способами перекладу лексичних вихідних елементів, з відтворенням їх форми за допомогою мови перекладу, тож «При транскрибуванні відтворюється звукова форма іноземного слова, а при транслітерації – його граматична форма» [14: 199].

Транскрибування, за словами Дж. Кетфорда, є стратегією, «в якій літери або графологічні одиниці безпосередньо пов'язані з фонологічними одиницями» [77: 69].

Ю. Станіславчик стверджує, що «завдяки цим способам зберігається зовнішня форма okazіоналізму, проте, з'являються деякі труднощі у сприйнятті.» Це пояснюється тим, що читач, який не є носієм мови оригіналу, може вважати набір звуків або словоскладання абсолютно безглуздим та недоречним [60: 33].

До прикладу, аналізуючи фентезі Дж. К. Ролінг «Фантастичні звірі і де їх шукати», Л. Фонар розглядає такі випадки транслітерації як “*Erkling*” – «Ерклінг», “*Imp*” – «Імп» та транскрипції “*Clabbert*” – «Клаберт», “*Kneazle*” – «Кнізл» [66: 98].

Дослідники І. А. Підлужна та М. С. Сергієнко вважають, що спосіб транскрипції / транслітерації має дещо обмежене застосування та використовується переважно при передачі власних назв та фонетичних okazіоналізмів. У більшості випадків, цей спосіб застосовується, коли доцільно зовсім не перекладати авторський okazіоналізм [51: 55].

### 2. *Калькування.*

На думку С. Ю. Баранова, калькування використовується у більшості випадків, де фігурують суб'єкти дії та описові прикметники. Він також

підкреслює, що цю техніку застосовують при певному рівні еквівалентності лексем або їх морфологічних компонентів, що дозволяє досягнути фактично стовідсоткової відповідності оригінальному тексту [2: 125].

Б. В. Головач наголошує, що спершу перекладаються складові частини okazionalizmu, а вже потім вони об'єднуються та стають одним цілим. Таким чином, завдяки цьому способу зберігається внутрішня форма слова. Більше того, цей спосіб можна порівняти з буквальним перекладом [12: 5].

Дослідники Л. А. Кеніч та А. В. Сітко стверджують, що калькування є найменш чисельним способом перекладу okazionalizmiv sliv [23: 363].

Т. С. Шумило розглядає калькування як процес, при якому «складові частини безеквівалентної лексичної одиниці замінюються прямими відповідниками у мові перекладу, як-от у прикладі “*suntiger*” – «сонцетигр» [72: 20].

К. В. Вороніна, аналізуючи роман Дж. Джойса «Улісс», демонструє приклад застосування калькування при перекладі:

“*Roll of Bensoulbenjamin rolled to the quivery loveshivery roofpane*” [9: 10].

«Рокіт Бендушебенджаминового вокалу прокотився аж до стелі й струсонув її і потряс силою свого кохання» [9: 10].

Т. Доброштан робить висновок, що калькування є такою перекладацькою трансформацією, яка підходить для перекладу складних слів і сталих виразів. Цей процес є нічим іншим як створенням нових слів, тобто, авторських okazionalizmiv. Вона також наголошує, що даний процес полягає у формуванні індивідуальних авторських новоутворень та пряма підстановка лексичних та фразеологічних компонентів не завжди забезпечує адекватну передачу змісту неперекладних одиниць [18: 203].

### 3. *Експлікація.*

За даними Г. Г. Єнчевої та В. О. Зрівець, експлікація включає додавання певних додаткових лексичних елементів чи пояснень у перекладі з метою покращення розуміння контексту або перекладу okazionalizmiv. Як наслідок, ця

трансформація використовується для зменшення випадків невірною сприйняття читачем. Прикладом є okazіоналізм “*chewing-gum meal*” з казки «Чарлі та Шоколадна Фабрика» Роальда Дала, який у перекладі є «*жувальною гумкою, що замінює харчі*» [20: 39].

І. Смолівський наводить інший приклад застосування експлікації при перекладі: “*stellar classification*” – «*спектральна класифікація зірок*». Він роз’яснює, що ця трансформація замінює оригінальну лексичну одиницю словом вихідної мови, яке уточнює її значення [59: 82].

Разом з тим, Н. А. Бараненкова та С. В. Литвин вважають, що експлікація є вужчим поняттям, ніж поясненням, а тому пов’язана частіше із заміною виразів, які не мають відповідників у мові перекладу на споріднені чи більш зрозумілі. Таким чином, експлікація є доречною у тих випадках, коли переклад є неможливим через відсутність існування адекватних еквівалентів у мові перекладу [1: 3].

#### 4. *Контекстуальна заміна.*

Передусім, слід зауважити, що контекстуальна заміна відрізняється від інших перекладацьких трансформацій тим, що не має чітких правил її створення, оскільки переклад лексичних одиниць у цьому випадку є контекстно-залежним. Одним із методів контекстуальної заміни також є і антонімічний переклад [24: 2].

За повідомленням І. Власенко, контекстуальна заміна є таким способом перекладу, при якому створення нового слова відбиває семантику вихідного okazіоналізму [8: 155].

З цієї причини, розгляньмо такий приклад застосування методу контекстуальної заміни при перекладі okazіоналізмів, запропонований П. Б. Ткач Т. М. Ведь:

“*thrisis*” – «*криза середнього віку*» [63: 66].

#### 5. *Смисловий розвиток.*

Прийом смислового розвитку є однією з лексичних трансформацій, що є технікою логічного розкриття значення іншомовного слова в контексті та пошуком відповідного еквівалента у мові перекладу [5: 97]

Так, згідно з дослідженням В. В. Карпушиної, при створенні okazіonalіzma на основі абсолютно невідомого слова рідною мовою, перекладачу нічого не залишається окрім того як звернутися до контексту задля відтворення слова. Авторка аналізує приклад з казки «Чарлі та Шоколадна Фабрика» Роальда Дала, який яскраво демонструє застосування смислового розвитку при перекладі okazіonalіzміv:

*“His voice was high and flutey”* [22: 77].

*«Голос його звучав високо й чисто, мов флейта»* [22: 77].

Інша дослідниця, М. М. Цонинець, аналізуючи переклад фантастичного роману Одрі Ніффенеггер «Дружина мандрівника в часі» та роман Вероніки Рот «Нескорена», пропонує до смислового розвитку віднести наступний приклад перекладу okazіonalіzму *“almost-hole”* – *«на яких ось-ось з’явиться дірка»* [67: 108].

#### **6. Утворення нової лексичної одиниці, що не існує у мові перекладу.**

Найкреативнішим засобом передачі okazіonalіzму є створення нових слів. Цей спосіб можна вважати найскладнішим для перекладача, оскільки перекладач має винайти власне новоутворення та при цьому зберегти семантичне значення вихідного слова. На думку О. Г. Романюк, перекладачі нечасто вдаються до цього прийому, але слід враховувати, що він може не тільки додати емоційного забарвлення тексту, але й збагатити мову перекладу. Варто підкреслити, що спосіб утворення нової лексичної одиниці є ефективним, коли перекладач чітко відчуває стиль письма автора та при створенні okazіonalіzma не лише передає зміст, але й емоційно забарвлює твір [55: 17].

Окрім того, О. Г. Романюк підкреслює, що перекладаючи дитячий фентезійний роман «Відьми» Роальда Дала, В. Морозов відтворив okazіonalіzми

шляхом створення власного та за допомогою калькування (але, лише частково) [55: 58].

*“Never in my life am I hearing such a boshvolloping suggestion coming from a vitch!”* [55: 58].

*«Я ще в житті не чула, щоб відьма патякала таку дурсенітницю!»* [55: 58].

Таким чином, варто ще раз підкреслити, що okazіоналізм є унікальною мовною одиницею, за допомогою якої автору вдається справити стилістичне чи емоційне враження на реципієнта. Оскільки переклад okazіоналізмів вимагає не лише глибоких фундаментальних знань мови оригіналу, а й значної творчості та, подекуди, імпровізації, переклад цих слів є певним викликом, що вимагає від перекладача застосування відповідних стратегій та підходів.

Різні дослідники, такі як Т. М. Ніколаєва, О. А. Михайленко, Т. В. Пастрик пропонують свої визначення та класифікації перекладацьких стратегій. Підбиваючи підсумок, перекладацькими стратегіями можна назвати систематичні підходи (методи), які перекладач використовує для вирішення завдань та проблем, які виникають в процесі перекладу. Ці підходи включають в себе планування, прийняття рішень та вибір відповідних технік для досягнення максимальної рівності між текстом оригіналу та текстом перекладу, а також врахування стилістичних, культурних та прагматичних аспектів.

Інші дослідники, Д. Мішина, Т. С. Шумило та решта наголошують, що для відтворення okazіоналізмів перекладачі використовують різноманітні трансформації, серед яких калькування, експлікація, утворення нових лексичних одиниць, контекстуальна заміна, транскрипція, транслітерація та смисловий розвиток. Кожна з перелічених трансформацій має свої нюанси, які перекладач має враховувати при виборі підходу до передачі okazіоналізмів з мови оригіналу мовою перекладу.

### 1.3 Особливості мас-медійного дискурсу та специфіка його перекладу.

Мас-медійний дискурс займає важливе місце в сучасному інформаційному просторі, впливаючи на формування громадської думки, політичні настрої та культурні цінності. Цей тип дискурсу охоплює такі форми комунікації як новини, рекламні повідомлення, репортажі, інтерв'ю та інші форми медіа.

На думку А. А. Мороз, мас-медійний дискурс є «Процесом та результатом діяльності мовної особистості» [44: 239].

С. П. Грушко зазначає, що «Мас-медійний дискурс все більш стає спонукальним, фатичним, націленим на вплив, стимулювання адресата» [15: 128]. Окрім того, дослідниця пояснює, що у мас-медійному дискурсі інтерпретація дійсності відбувається у двох проявах:

- *експліцитно*, тобто, у *текстових формах* (прикладом слугують роз'яснення тих чи інших подій, розкриття їх причинно-наслідкових зв'язків і кореляції з іншими подіями, судження та оцінка);

- *імпліцитно*, тобто, *через номінативні одиниці* (прикладом слугують мовленнєві дефініції, які визначають програму дій, незаперечна перевага фігур, номінації яких приймаються суспільством) [15: 128].

Серед функцій медійного дискурсу, О. О. Кучерова виділяє інформативну, соціальну, політичну, функцію впливу на свідомість, розважальну та маніпулятивну [35: 9].

До прикладу, А. Р. Василенко та Л. П. Статкевич, особливістю мас-медійного дискурсу виділяють його ідеологічну спрямованість, яка проявляється у «здатності вибірково актуалізувати інформацію» та в «управлінні когнітивною складовою суспільства» [7: 110].

Г. Назарова підкреслює, що медійна комунікація виступає як унікальне соціально-інформаційне поле, де комунікація є сукупністю процесів обміну та передачі інформації, що структурують суспільно-політичну, економічну, соціальну, культурну діяльність та надають їй нового змісту [90: 185].

Як пише Н. І. Лютянська, різноманітність мас-медійного дискурсу досягається, насамперед, завдяки мовним засобам і стратегіям. Окрім того, вони розрізняються відповідно до використання певних комунікативно-інформаційних каналів [40: 137].

В свою чергу, Ю. О. Шевлякова, пропонує наступну класифікацію різновидів мас-медійного дискурсу:

(1) за виконуваною комунікативною функцією слід виділити **публіцистичний, рекламний та PR-дискурси**;

(2) за каналом реалізації розрізняються **теле-, радіо- та комп'ютерний дискурси** [70: 239-242].

Досліджуючи мас-медійний дискурс, С. І. Потапенко робить висновок, що «Мас-медійний дискурс є процесом та результатом діяльності мовної особистості» [54: 275-281]. Він також пропонує структурувати організацію мас-медійного дискурсу, виділивши чотири послідовні етапи когнітивної діяльності аудиторії: початкове ознайомлення, розуміння змісту, встановлення зв'язків між різними частинами повідомлення та формування загальної картини подій [53: 9].

Важливим є і той факт, що у сучасному англomовному медійному дискурсі медіа-події конструюють реальність, створюючи різні погляди на події. Так, на думку С. І. Потапенка, сучасний англomовний медійний дискурс у гіпертекстовому вимірі сприяє поступовому створенню аналогів подій через взаємодією вербальних засобів, які формують «**лексико-граматичний, номінативно-синтаксичний і текстовий виміри**» (іншими словами, **номінативний, синтаксичний та текстовий виміри**) [53: 12].

Не викликає жодних сумнівів і теза про те, що медійний дискурс є невід'ємною частиною сучасного інформаційного простору. Н. Дмитренко підтверджує дану тезу, оскільки розширення каналів медіа відкриває нові можливості для дослідження в галузі медіалінгвістики. Тож, вплив друкованих ЗМІ поступово звужується, а вплив інтерактивних, навпаки,



зростає з кожним днем. Як результат, у дослідників збільшується поле для виявлення законів ефективної взаємодії та впливу на аудиторії [79: 65].

Що ж стосується перекладу у мас-медійному дискурсі, спершу слід зауважити, що переклад відіграє важливу роль у передачі знань між різними культурами, націями, мовами. Як діяльність, перекладацька робота є складним процесом, адже вона спрямована на передачу повідомлення з однієї мови на іншу природно, оригінально, відверто.

Так, В. Тетеря звертає увагу на стильові та мовні особливості текстів у медіа: (1) високий рівень стандартизації та уніфікації використовуваних засобів, серед яких журналістські штампи, спеціальна термінологічна система, сталі лексичні метафори, стандартні назви та заголовки тощо; (2) стилістична експресивність мови, особлива конотація виразу як засіб результативного впливу, акцентування уваги на приведені аргументи та факти у контексті, використання прямих звертань; (3) використання цитат, насиченість реаліями, пов'язаними з громадськістю, політикою та культурою, розмовної та сленгової лексики; (4) використання гри слів у заголовках [62: 31].

На думку А. Раян, процедуру перекладу у мас-медійному дискурсі можна розділити на два напрямки:

(1) прямий переклад, який включає *запозичення, калькування та дослівний переклад*;

(2) непрямий переклад, який включає *транспозицію, смисловий розвиток, еквівалентність та адаптацію* [91: 15].

При цьому, Л. Ю. Сінна підкреслює, що часом перекладачі мас-медійних текстів стикаються з «істотними труднощами при передачі прагматичного потенціалу оригіналу» [58: 312]. Важко не погодитись з дослідницею, що тексти мас-медійного дискурсу часто адресовані широкій аудиторії та мають на меті переконати цю ж аудиторію змінити свою думку. Для досягнення еквівалентності між мовами оригіналу та перекладу слід

спиратися на різноманітні перекладацькі трансформації, які повністю зберігають прагматику дискурсу у мові перекладу [58: 312].

К. Чахбане та інші дослідники вважають, що перекладачі стикаються з проблемою орієнтування в тонкощах мови оригіналу, оскільки вона містить деякі культурні нюанси та, подекуди, ідеологічне підґрунтя. У мас-медіа дискурсі не тільки журналісти, але й перекладачі мають вміло передавати не лише слова, але й конотації, нюанси, які можуть бути притаманні вихідному тексту [78: 26].

А. Бенуа та І. Келу для перекладу мас-медійного дискурсу найбільш популярними стратегіями визнають дослівний, буквальний та термінологічний переклади [75: 24]. Крім того, вибір методів та стратегій, які використовуються при перекладі мас-медійного дискурсу, залежать від ідеології та політики певної медійної організації [75: 24].

Отже, переклад у мас-медійному дискурсі є складним та різнобічним процесом, що відіграє ключову роль у забезпеченні міжкультурного обміну інформацією. Проаналізувавши особливості мас-медійного дискурсу, можна зробити висновок, що *специфіка* його перекладу суттєво впливає на *особливості* його перекладу, оскільки передбачає не лише передачу інформації, але й збереження стилістичних, прагматичних, та культурних відтінків тексту оригіналу. Мас-медійний дискурс охоплює різні форми комунікації, включаючи новини, рекламу, репортажі та інші жанри медіа, та має значний вплив на формування громадської думки, культурних цінностей та політичних уявлень.

Перекладачі у мас-медійному дискурсі часто стикаються з такими труднощами як адаптація термінології, збереження конотацій та певних культурних аспектів, управління ідеологічними та політичними контекстами. Відтак, для досягнення високої якості перекладу перекладачам необхідно мати глибоке розуміння не тільки лексичних та граматичних особливостей мови, але й соціокультурних контекстів.

## Висновки до розділу 1

1. Оказіоналізми, як елементи неологічної лексики, є тими показниками мовної еволюції, які демонструють здатність мови адаптуватись до нових реалій в умовах суспільних, технічних та культурних змін. Отримані результати свідчать про відсутність єдиної загальноприйнятої теорії okazіональності, що ускладнює чітке розмежування неологізмів, okazіоналізмів та потенційних слів. Критерії, за якими ці явища відрізняються, залишаються дискусійним питанням у мовознавстві, тож науковці стикаються з труднощами визначення їх статусу у мовному просторі.

2. Здійснений аналіз okazіоналізмів, дає змогу дійти висновку, що ці слова є лексичними одиницями, які виникають в конкретних ситуаціях, часто з порушенням традиційних норм словотворення, і зазвичай не закріплюються в мові як стандартні терміни. Ці слова характеризуються експресивністю, новизною, унікальністю, мають конкретного автора та є результатом творчості та креативності конкретної особи. Крім того, okazіоналізми виконують низку функцій, які вносять певну динаміку та емоційність у мас-медійному дискурсі, відображаючи при цьому індивідуальний підхід автора. Характерною ознакою okazіоналізмів є одноразове і нерегулярне використання, а також поява лише в конкретному контексті. Okazіональні одиниці створюються за допомогою морфологічних та неморфологічних способів словотворення, класифікуються на категорії за ступенем okazіональності та мають критерії, що стосуються надання слову статусу okazіональності.

3. Типологія та характеристики okazіоналізмів є важливими не лише для розуміння природи цих слів, але й для вдалого застосування різних перекладацьких трансформацій під час перекладу. Okazіоналізм є словом, що здатне привертати увагу реципієнта та забезпечувати можливості для творчого самовираження автора. У зв'язку з цим, переклад okazіоналізмів вимагає не лише фундаментальних знань мови оригіналу, але й високого рівня імпровізації та творчого підходу. Різноманітні стратегії, серед яких транскрипція,

транслітерація, калькування, експлікація, контекстуальна заміна, смисловий розвиток та утворення нових лексичних одиниць, надають перекладачам інструменти для досягнення максимальної відповідності між текстом оригіналу та текстом перекладу.

4. Мас-медійний дискурс є когнітивно-прагматичним середовищем сучасного інформаційного простору, який має значний вплив на формування громадської думки, політичних настроїв та культурних цінностей. Він охоплює різні форми комунікації, такі як новини, реклама, репортажі та інтерв'ю. Розширення каналів медіа створює нові можливості для дослідження в галузі медіалінгвістики, що дозволяє мовознавцям та перекладачам аналізувати вплив різних типів медійного дискурсу та його перекладу, зокрема в умовах глобалізації та розвитку медійних технологій.

## РОЗДІЛ 2

### СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

#### 2.1 Семантичні особливості okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі.

Оказіоналізми є важливим компонентом сучасного мас-медійного дискурсу, зокрема в англomовних медіа. Вони не тільки відображають креативність, творчість автора/авторів, але й є результатом швидких змін у суспільстві, культурі, інноваційних технологіях. Відтак, у мас-медіа okazіоналізми використовуються для привернення уваги аудиторії, творення нових понять або передачі складних ідей у більш доступній та зрозумілій для соціума формі.

Оказіоналізми часто виникають як результат творчості автора, що дозволяє висловлювати нові ідеї та концепції, які раніше не мали свого лексичного вираження. Значення okazіоналізмів зазвичай визначається контекстом, у якому вони використовуються, тож вони можуть бути пов'язані з конкретними політичними, культурними, соціальними подіями/явищами або новими технологіями, що робить залежним їх розуміння від знання відповідного контексту.

Окрім того, okazіоналізми використовуються і для вираження емоційних станів або для викликання певних емоцій у читачів або слухачів. Ці слова часто мають сильне емоційне забарвлення та використовуються для підсилення впливу повідомлення. Вони також можуть бути пов'язані з іншими текстами або культурними явищами, при цьому створюючи додаткові значення через інтертекстуальні зв'язки. Так, okazіоналізми часто містять в собі алюзії або посилення на відомі події, твори чи особистості.

Що ж стосується актуальності, okazіоналізми часто відображають сучасні реалії та тенденції, що робить їх надзвичайно актуальними в певний період часу.

Вони можуть швидко втрачати своє значення або бути замінені новими термінами, що відображають зміну суспільних настроїв.

Таким чином, у ході дослідження виявлено запропоновані нижче семантичні групи та підгрупи okazionalizmів в англомовному мас-медійному дискурсі.

### І. Політичні явища

Okazionalizmi групи «Політичні явища» є прикладом творчого використання мови для позначення нових, часто контрверсійних чи складних соціальних та політичних подій. Крім того, okazionalizmi політичної сфери слугують потужними інструментами політичної агітації, несуть подекуди сатиричне навантаження та часто мають певний емоційний підтекст з метою чіткого вираження позиції, критики або підтримки певних політичних ідей, тим самим відображаючи суспільні настрої.

Одним з найвідоміших політичних okazionalizmів останніх років є слово (1) *Brexit* (BRTPYPPF, URL), яке позначає процес виходу Великобританії з Європейського Союзу. Поєднання слів Britain та exit було вперше використано у медіа та швидко поширилося у політичному просторі. Оскільки це слово описує масштабний та унікальний політичний процес, вслід за ним швидко з'явилися подібні лексичні одиниці, такі як (16) *Scexit* (WWSBHFS, URL), що стосується можливого виходу Шотландії зі складу Великобританії та (39) *Ukippers* (O100UAOPDABCTITIBBVOTM, URL), що асоціюється з членами Партії незалежності Сполученого Королівства. Okazionalizm (39) *Ukippers* (O100UAOPDABCTITIBBVOTM, URL) утворився від назви політичної Партії UK Independence Party та використовувався під час кампанії Brexit, оскільки члени UKIP активно підтримували ідею виходу Великобританії з ЄС, виражаючи радикальні настрої серед британських виборців, при цьому також підтримуючи ідею націоналізму та євроскептицизму.

Okazionalizmi (3) *Obamaworld* (OPWPL, URL) та (32) *Trumpmentum* (TACBBJ, URL) є okazionalizmi, що відображають політичну епоху

Президентів Барка Обама та Дональда Трампа, підкреслюючи їх вплив на політичну культуру США. Обидва okazionalizmi створені шляхом поєднання імен політичних лідерів та представляють не лише самих Президентів, але й ідеї, що супроводжували їхні кампанії.

Проаналізуємо детальніше okazionalizm (3) *Obamaworld* (OPWPL, URL). Він утворений шляхом додавання до імені Президента Барака Обама слова *world*, що символізує прихильників Обама, його вплив на прогресивні політичні рухи та глобальну політику, зокрема питання соціальної справедливості та сфери охорони здоров'я.

З іншого боку, okazionalizm (32) *Trumpmentum* (TACBBJ, URL) відображає швидке зростання популярності Дональда Трампа серед виборців. Поєднання прізвища Trump зі словом *momentum* підкреслює інерцію, іншими словами, швидке захоплення суспільної уваги, хоча, при цьому, сам термін у політичному дискурсі має дещо іронічний підтекст, натякаючи якраз на швидкоплинність такої популярності. Окрім того, ще один okazionalizm, (12) *covfefe* (COYLHLNTTTTIP, URL), також пов'язаний з Дональдом Трампом. Він набув популярності після того, як Президент випадково використав його у своєму твіті. Незважаючи на те, що оригінальне значення слова було невідомим, воно швидко стало мемом та символом випадкових або безглузвих висловлювань, що відображає хаотичний стиль комунікації.

## II. Економічні явища

Okazionalizmi, що належать до семантичної групи «Економічні явища», можуть використовуватися для опису певних економічних концептів або явищ.

До прикладу, okazionalizm (10) *complexifier* (TNMBME, URL) використовується для позначення обставин або факторів, які ускладнюють економічну ситуацію або певний процес у бізнес-сфері, як-от у газеті the Washington Post.

Іншим прикладом слугує okazionalizm (5) *Burgernomics* (OBMISHBPDAB, URL), що складається зі слів *burger* та суфікса *-nomics*. Цей термін описує підхід

до економічної теорії, що використовує прості приклади або аналогії, так як бургер, щоб зробити складні концепції доступнішими та зрозумілішими для аудиторії. Будучи частково жартівливим терміном, okazionalizm допомагає реципієнтам легше зрозуміти абстрактні економічні поняття.

### III. Освітні та наукові феномени

Okazionalizmi цієї групи демонструють нові терміни у сфері науки та освіти, які точно описують нові явища та поняття або критикують певні аспекти освітньої та наукової діяльності. Розглянемо декілька нижченаведених прикладів:

Okazionalizm (6) *educrats* (WDEM, URL) є комбінацією слів *education* та *bureaucrats* та використовується для опису осіб, які займають керівні позиції в освітніх установах та сприймаються суспільством як перешкода для ефективного навчання або проведення реформ. Цей okazionalizm має негативний відтінок та критикує посадових осіб у сфері освіти, які заважають інноваціям та затягують процеси вирішення питань, ставлячи бюрократичні процедури вище реальних потреб учнів, студентів або ж навчального процесу загалом.

Іншим прикладом є okazionalizm (24) *Frenchified* (FTIFOE, URL), що у контексті освіти стосується впливу французьких традицій на навчальні методи, стиль викладання або наукові підходи. Цей термін може використовуватись як в позитивному, так і в негативному контексті, в залежності від того, чи вплив французького стилю розглядається як покращення або ж як відхилення від оригінальних традицій.

Не менш цікавим є й okazionalizm (54) *academicked* (CEEPWHCRIS, URL), який описує такі явища, які стали надмірно абстрактними та ускладненими для практичного використання в реальних умовах. Це може стосуватися навчальних матеріалів, методів тощо, які є занадто важкими для розуміння.

### IV. Юридичні поняття

Терміни групи «Юридичні поняття» виникають у відповідь на потребу точного опису нових правових явищ та можуть бути використані для критики,



пояснення або адаптації юридичних концепцій як-от okazіоналізм (8) *lawyerfied* (SAC, URL), що описує процес, в якому щось стає «юридизованим», тобто, насиченим деталями та надмірною формальністю.

## V. Людина

### 1) комунікація та стосунки між людьми:

Аналіз okazіоналізмів семантичної групи «Людина», підгрупи «комунікація та стосунки між людьми» дозволяє глибше дослідити, як сучасна мова відображає стосунки між людьми.

Okazіоналізм (2) *Bennifer* (JLBART, URL), наприклад, є злиттям імен двох знаменитостей – Бена Аффлека та Дженніфер Лопес, що функціонує як єдине поняття, позначаючи романтичні стосунки між ними. Злиття двох імен використовується внаслідок публічного інтересу до їх пари, оскільки часто з'являється на сайтах новин та у соціальних мережах. Крім того, слово стає синонімом певного публічного образу та особистого бренду обох акторів.

За такою ж аналогією утворений і okazіоналізм (37) *Brangelina* (WWB, URL), що є злиттям імен акторів Бреда Піта та Анджеліни Джолі, представляючи їх як єдине ціле. Цей okazіоналізм допомагає виразити не лише ідентичність кожного з акторів, але й їхню спільну медійну і соціальну присутність.

Більше того, існують і такі okazіоналізми як (38) *chexting* (FWTMORWTRNL, URL) та (40) *fauxmance* (RFFFWRP, URL), які виникають на перехресті між традиційними стосунками та сучасними формами комунікації. Okazіоналізм (38) *chexting* (FWTMORWTRNL, URL) є злиттям слів *cheating* та *texting*, яке описує ситуацію, коли обмін текстовими повідомленнями є приводом для зради у стосунках. Цей термін акцентує увагу на тому, як цифрові комунікації можуть стати платформою для романтичних чи сексуально забарвлених контактів поза межами офіційних стосунків. (40) *fauxmance* (RFFFWRP, URL) є поєднанням слів *faux* та *romance*, яке описує несправжні романтичні стосунки. Цей термін використовується для позначення стосунків,

які створюються для медійного ефекту, публічної уваги або особистої вигоди, а не зі щирими романтичними намірами.

### 1.1) гендерні стереотипи:

Оказіоналізм (42) *Mansplaining* (MEIOSC, URL) виник у сучасному мас-медійному дискурсі для опису комунікативної поведінки, характерної для гендерних відносин. Цей термін поєднує в собі слова *man* та *explaining*, і використовується для позначення ситуації, коли чоловік пояснює щось жінці в упереджений та зверхній спосіб, припускаючи, що жінка менш обізнана та досвідчена у відповідній темі, часто без обґрунтованих на це підстав.

### 2) найменування та характеристика людини/предметів:

Оказіоналізм (11) *Bozo* (DJT, URL) позначає людину, яку часто вважають некомпетентною або непрофесійною. Ця оказіональна одиниця має пейоративний відтінок та підкреслює негативне ставлення до особи, яку вважають нездатною виконувати поставлені перед нею завдання.

Візьмімо оказіоналізми (14) *Freegans* (FISFSLBC, URL), (33) *chuggers* (TEIAFGTCUIGIIOMOWD, URL), (36) *Covidiot*s (RCTFPBAANBOVL, URL) та (50) *vaxinista* (MTLCATV, URL). Усі ці терміни об'єднані тим, що виникають для опису нових соціальних або культурних явищ, часто з негативними конотаціями або для критики поведінки, яку суспільство вважає проблематичною. Більше того, вони відображають зміну соціальних норм, що стосуються екологічної свідомості, пандемії та соціальної відповідальності. До прикладу, оказіоналізми (36) *Covidiot*s (RCTFPBAANBOVL, URL) та (50) *vaxinista* (MTLCATV, URL) критикують реакцію деяких осіб на пандемію та соціальний статус, оскільки перші нехтують дотриманням правил під час кризових ситуацій, таких як пандемія, а другі просувають вакцинацію як частину соціального іміджу, радше як реальну потребу свідомо ставитись до власного здоров'я.

З іншого боку, оказіоналізми (14) *Freegans* (FISFSLBC, URL) та (33) *chuggers* (TEIAFGTCUIGIIOMOWD, URL) відображають соціальні феномени, які, хоча й, виникли в різних контекстах, проте критикують систему споживання

та взаємодію з благодійними організаціями. Обидва терміни є формами протесту проти масового споживання та надмірного використання ресурсів, а також проти благодійних організацій, які, замість інформування, використовують агресивні тактики для збору пожертв.

### 3) персонажі мультиплікаційних фільмів:

Оказіоналізми, які виникають у мультиплікаційних фільмах, часто є результатом гри слів, а також відображають унікальні риси персонажів або ж їхню роль в історії.

Яскравим прикладом оказіоналізмів у мультиплікаційних фільмах є (63) *Gnomeo* (GAJOMPS, URL), що використовується як ім'я одного з головних героїв. Цей оказіоналізм утворений поєднанням слів *gnome* – невеликої міфічної істоти, зазвичай асоційованої з садовими скульптурами, – та класичного імені *Romeo*, відомого з трагедії Вільяма Шекспіра «Ромео і Джульєтта». Є очевидним, що поєднання гнома і шекспірівського героя в імені *Gnomeo* не лише вносить комічний елемент до мультфільму, але й створює інтертекстуальний зв'язок між класичною літературою та сучасною культурою, та є метафорою невідповідності між героїчністю класичних персонажів та їх мініатюрним, гротескним утіленням у вигляді садових гномів.

### 4) фізичний стан:

Проаналізуємо типові приклади оказіоналізмів, що розширюють лексичний арсенал для опису складних фізичних станів. Так, оказіоналізм (97) *frabbled* (F, URL) описує фізичний стан втоми та виснаження, оскільки, ймовірно, утворився шляхом поєднання слів *frazzled* («змучений») та *rattled* («збентежений», «сполоханий»). Це слово може також описувати стан, коли людина дезорієнтується в просторі та втрачає концентрацію.

Згадаймо також оказіоналізм (98) *squaddled* (BGKITJSHHSH, URL), при якому відчуття слабкості досягає такої межі, що людина відчуває себе буквально «розплющеною» фізичною силою інших.

### 5) емоційний стан:

Дослідження показало, що крім фізичного стану, okazionalizmi можуть відображати і складні емоційні переживання або нетипові відчуття, як-от вираз (58) *Mwahaha!* (SNKHTTF, URL), що використовується для позначення зловісного, тріумфального або іронічного сміху. Цей okazionalizm відображає почуття злорадства, сарказму або почуття переваги, імітуючи при цьому звук сміху, який символізує не справжню радість, а радше знуцання або бажання нанести шкоду іншому.

Цікавим є і okazionalizm (73) *Ommm... Aargh* (OAMAMHDSTSNBISPMFACW, URL), де *Ommm* відображає стан глибокого спокою, медитації або розслаблення, а звук *Aargh*, на противагу *Ommm*, імітує вигук, що передає злість або розчарування та супроводжується фізичними проявами таких як стиснення кулаків, стискання зубів чи інші реакції на сильне роздратування.

#### б) дії та поведінка:

Крім фізичного та емоційного стану, варто виділити і нові, нетипові форми поведінки, що виникають внаслідок змін у соціумі. До прикладу, okazionalizm (35) *zoombombing* (HTRTZIRL, URL) виник в контексті зростання популярності онлайн-конференцій через платформу Zoom, особливо під час пандемії COVID-19. Цей термін описує дії, коли небажані учасники втручаються у відеоконференцію з метою її зірвати, використовуючи нецензурні висловлювання, непристойні зображення чи інші форми агресивної або ворожої поведінки. Okazionalizm відображає агресивну поведінку, яка раніше була неможлива в аналогічних офлайн ситуаціях, і підкреслює тиск, що виникає на межі між приватним і публічним простором в епоху цифрових технологій.

(47) *Smize* (HTSSWYEWYWM, URL), також пов'язаний з пандемією COVID-19, утворений як скорочення від фрази “*smile with your eyes*”. Цей okazionalizm набув особливої актуальності в період пандемії, коли носіння масок обмежувало здатність людей виражати емоції через усмішку. Відзначимо, що цей okazionalizm має позитивну конотацію, оскільки описує спосіб адаптації до

нових умов соціальної комунікації, коли традиційні форми вираження емоцій обмежені, та є ознакою дружелюбності або соціальної відкритості.

## VI. Спортивні поняття

Оказіоналізми у спортивній сфері часто виникають внаслідок злиття подій або явищ, які набувають суспільного резонансу та об'єднують спорт із іншими сферами життя, такими як культура, політика чи урочисті події, тож оказіоналізм (7) *Jubilympics* (TTT, URL) є яскравим прикладом такого лексичного новоутворення. Ключовим у цьому слові є поєднання елементів, що відображають одночасно святковий і спортивний характер заходу, де *jubilee* додає елемент урочистості та офіційності, підкреслюючи, що цей захід відзначає особливий ювілей, а *Olympics* підкреслює спортивну природу події.

## VII. Тварини та істоти

Оказіоналізми, пов'язані з тваринами, часто поєднують гру слів і антропоморфізм, акцентуючи на особливих рисах поведінки або зовнішності тварин, зокрема домашніх улюбленців, які все частіше сприймаються як члени родини.

(19) *Paw-sengers* (NAFPP, URL) поєднує слова *paw* та *passengers* і застосовується до собак або котів, які подорожують авіаційним, наземним або морським транспортом разом зі своїми господарями. Поєднання слів *paw* та *passengers* створює образ тварини як повноправного пасажира, що наголошує на тенденції ставитися до домашніх улюбленців не як до майна, а як до членів родини.

(20) *Pawtraits* (PLOWPHITPFE, URL), з іншого боку, поєднує слова *paw* та *portraits*, що описує фотографії або художні зображення тварин, зазвичай домашніх улюбленців, які створюються в професійних чи аматорських цілях. Цей оказіоналізм став популярним у контексті захоплення людей створенням контенту, пов'язаного зі своїми тваринами у соціальних мережах.

## VIII. Медичні терміни

Медичне середовище є місцем, де нові терміни виникають у відповідь на нові дослідження або зміни способу життя, спричинені глобальними подіями, та здатні привертати увагу соціуму до наявних проблем зі здоров'ям.

Так, okazіоналізм (18) *the Angelina Jolie effect* (RRMRITUSCEAJE, URL) виник після того, як голлівудська акторка Анджеліна Джолі публічно повідомила про мастектомію у 2013 році, щоб знизити ризик розвитку раку грудей. Завдяки популярності такої публічної особи, як Анджеліна Джолі, суспільство об'єдналось для обговорення важливих тем, таких як профілактичні заходи та підвищення обізнаності про генетичні ризики. Цей okazіоналізм є прикладом того, як знаменитості можуть змінювати поведінку людей, спонукати до обговорення важливих тем та стимулювати зростання кількості звернень до медичних установ у разі виникнення проблем зі здоров'ям.

Інший okazіоналізм, (90) *Maskne* (HTAMMAВ, URL), утворився шляхом поєднання слів *mask* та *acne*. Цей термін використовувався для позначення подразнення шкіри, що виникає через тривале носіння захисних масок в умовах пандемії COVID-19. На жаль, ця проблема стала поширеною через обов'язкове носіння масок для захисту від вірусних інфекцій, при цьому більшість людей скаржились на підвищення вологості та тертя, що спричиняли появу висипань, запалень та подразнень на шкірі.

## IX. Кліматичні та погодні явища

Okazіоналізми у сфері кліматичних і погодних явищ часто виникають для опису екстремальних або аномальних погодних умов, які мають значний вплив на суспільство. (17) *Snowmageddon* (SWS, URL) є яскравим прикладом терміна, що поєднує елементи складних погодних умов та культурного контексту. Цей okazіоналізм утворився шляхом злиття слів *snow* та *Armageddon*, де останнє у традиційній християнській міфології позначає кінцеву битву між добром і злом, а також катастрофічний кінець світу. Таким чином, ця okazіональна одиниця використовується для опису надзвичайно сильного або катастрофічного снігопаду, який має серйозні наслідки для населення і інфраструктури, а також

дещо підкреслює драматичність ситуації, що часто зустрічається в заголовках новин аби привернути увагу аудиторії.

### **X. Часопростір**

Оказіоналізми (45) *Blursday* (INJYLHULIBSS, URL) та (83) *Saturday* (CCTOOWACDATCC, URL) демонструють, як нові соціальні умови впливають на наше сприйняття часу і структуру днів тижня.

Термін (45) *Blursday* (INJYLHULIBSS, URL) передає відчуття втрати розпорядку дня, яке багато людей пережили під час карантину. Крім того, цей оказіоналізм підкреслює розмитість і відсутність чіткої градації між днями, що є наслідком соціальної ізоляції та монотонності життя під час пандемії.

(83) *Saturday* (CCTOOWACDATCC, URL) також відображає сприйняття всіх днів як подібних до вихідних, що є результатом злиття робочого і вільного часу, створюючи відчуття, що кожен день є вихідним. Ця оказіональна одиниця відображає спотворення звичного розпорядку тижня, де всі дні здаються схожими один на одного, що може бути пов'язане з відчуттям нудьги або загальної невизначеності у розпорядку дня.

### **XI. Їжа та напої**

Оказіоналізм (84) *Quarantini* (QBGTAGATISD, URL) описує коктейль, які люди почали готувати вдома під час карантину, що був запроваджений знову ж таки, через пандемію COVID-19. Зокрема, (84) *Quarantini* (QBGTAGATISD, URL) відзначає зміни в соціальних звичках, коли люди стали створювати і насолоджуватися новими алкогольними напоями у домашніх умовах, та в умовах обмежень на соціальні зустрічі і виходи з дому.

### **XII. Технології**

У цій семантичній групі оказіоналізми (59) *Smellovision* (SGR, URL) та (60) *Cinerama* (LCATCLSITSH, URL) показують, як технології еволюціонують для створення нових форм споживання контенту та покращення мультимедійного досвіду. (59) *Smellovision* (SGR, URL) представляє спробу додати нові сенсорні виміри (запах) до телевізійного перегляду, що підкреслює

прагнення до інтерактивнішого досвіду, а (60) *Cinerama* (LCATCLSITSH, URL) демонструє ранні технологічні спроби розширити візуальне сприйняття через використання панорамних проєкцій, забезпечуючи занурювальний кінематографічний досвід.

### **XIII. Транспорт**

Оказіоналізм (91) *Glambulance* (BOW, URL) підкреслює поєднання практичності медичного транспорту і естетичних вимог, що створює унікальний образ транспортного засобу, а також ілюструє тренд на злиття практичних і стильних елементів у сучасному дизайні транспортних засобів, що відображає загальний інтерес до інновацій і статусу в технологіях транспорту.

### **XIV. Подорожі**

У контексті подорожей оказіоналізми (31) *Coronacation* (CWTFTV, URL) та (86) *Staycation* (SOVWAYC, URL) є прикладами того, як соціальні та глобальні події можуть вплинути на розуміння і практику подорожей. Безсумнівно, що оказіоналізм (31) *Coronacation* (CWTFTV, URL) включає в себе різні форми відпочинку або подорожей, адаптовані до нових умов безпеки, таких як відпустка в домашніх умовах, локальні подорожі або інші форми обмеженого відпочинку, що відповідають умовам пандемії. Це вказує на те, що в суспільстві формуються нові підходи до планування подорожей, робиться акцент на безпеці та здоров'ї, а також виникають зміни у способах проведення відпочинку. (86) *Staycation* (SOVWAYC, URL), навпаки, відзначається тим, що замість традиційних подорожей люди вирішують відпочивати в межах власного місця проживання, використовуючи цей час для насолоди місцевими атракціями. Такий оказіоналізм відображає тренд на відпочинок у рідному місті або вдома, як альтернативу традиційним подорожам, що зростає через фінансові або особисті причини.

### **XV. Хобі та дозвілля**

Лексичні інновації цієї групи не тільки відображають взаємодію з медійним контентом, але й формують нові стандарти в способах, якими соціум



отримує інформацію та можливість розважитись. До прикладу, okazіоналізм (27) *Infotainment* (TNII, URL) демонструє тенденцію до інтеграції інформації і розваг, а також зростаючу потребу у створенні контенту, який є одночасно пізнавальним та захоплюючим. Між іншим, (51) *Showbiz* (NMCTD, URL) підкреслює, що розваги – це не тільки про мистецтво, але й про комерційний бізнес. Відтак, увага акцентується на бізнес-аспектах творчої діяльності і її економічному впливі.

#### XVI. Інтернет-поняття

Оказіоналізми (41) *Finstagram* (FSIATPUS, URL), (64) *netiquette* (10BNR, URL) та (76) *Tweetstorms* (HTWT, URL) ілюструють ключові аспекти цифрової комунікації. Наприклад, okazіоналізм (41) *Finstagram* (FSIATPUS, URL) демонструє тенденцію до створення різних рівнів публічності і приватності в соціальних мережах, дозволяючи користувачам управляти своїм образом і контентом. Оказіоналізм (64) *netiquette* (10BNR, URL) відображає важливість дотримання норм ввічливості і поваги в онлайн-комунікаціях, підкреслюючи соціальні правила поведінки в цифровому середовищі, а (76) *Tweetstorms* (HTWT, URL) вказує на зміни в комунікації, де користувачі передають складні думки у серії твітів з метою обговорення важливої теми.

Отже, в ході дослідження були виокремлені основні семантичні групи okazіоналізмів, які відображають різноманітні аспекти сучасного мас-медійного дискурсу. Підбиваючи підсумок, можна вважати, що okazіоналізми слугують інструментом для передачі нових ідей, концепцій, явищ, які виникають у таких сферах життя як політика, економіка, юриспруденція, культура, наука, технології та соціальна взаємодія.

Оказіоналізми із семантичної групи «**Політичні явища**» відображають сучасні політичні події, тенденції та процеси та можуть використовуватись як у новинах, так і в соціальних мережах для опису нових політичних реалій. Група «**Економічні явища**» включає okazіоналізми, які описують нові економічні концепції та полегшують розуміння складних економічних ідей. До групи

«**Освітні та наукові феномени**» входять оказіональні номінації, які виникають у відповідь на нові відкриття та зміни в освітніх системах. Оказіоналізми групи «**Юридичні поняття**» використовуються для опису нових юридичних концепцій, які з'являються залежно від змін у законодавстві чи у суспільних відносинах. Семантична група «**Людина**» охоплює різноманітні аспекти людської діяльності та включає підгрупи, пов'язані з комунікацією, гендерними стереотипами, характеристиками людини, емоційними та фізичними станами. Оказіоналізми групи «**Спортивні поняття**» описують нові спортивні явища, групи «**Тварини та істоти**» – позначають тварин або вигаданих істот. У групі «**Медичні терміни**» оказіоналізми відображають нові медичні явища, які часто виникають як наслідок медичних відкриттів, епідемій тощо. Оказіоналізми із семантичної групи «**Кліматичні та погодні явища**» відображають нові кліматичні та погодні явища. Семантична група «**Часопростір**» включає оказіоналізми, що відображають нові концепції часу та простору, які виникають у зв'язку з новими соціальними або технологічними змінами. Оказіоналізми, що знаходяться у семантичній групі «**Їжа та напої**», пов'язані з новими видами їжі та напоїв, тобто, з новими тенденціями у гастрономії. Семантична група «**Технології**» містить оказіональні номінації, що описують нові технологічні явища та досягнення, група «**Транспорт**» включає в себе слова, що позначають нові види транспорту, а групу «**Подорожі**» складають оказіоналізми, що означають нові види подорожей та туристичні тенденції. Останні дві групи «**Хобі та дозвілля**» та «**Інтернет-поняття**» містять оказіоналізми, що описують нові види хобі та розваг та, відповідно, нові поняття на просторах Інтернету.

Рис. 2.1 демонструє семантичні групи оказіоналізмів у новинах та соціальних мережах. У новинах оказіоналізми частіше позначають політичні явища, комунікацію та стосунки між людьми, найменування та характеристику людини або предметів. У соціальних мережах, в свою чергу, значна кількість оказіоналізмів також позначають комунікацію та стосунки між людьми,

найменування та характеристику людини або предметів та нові Інтернет-поняття.

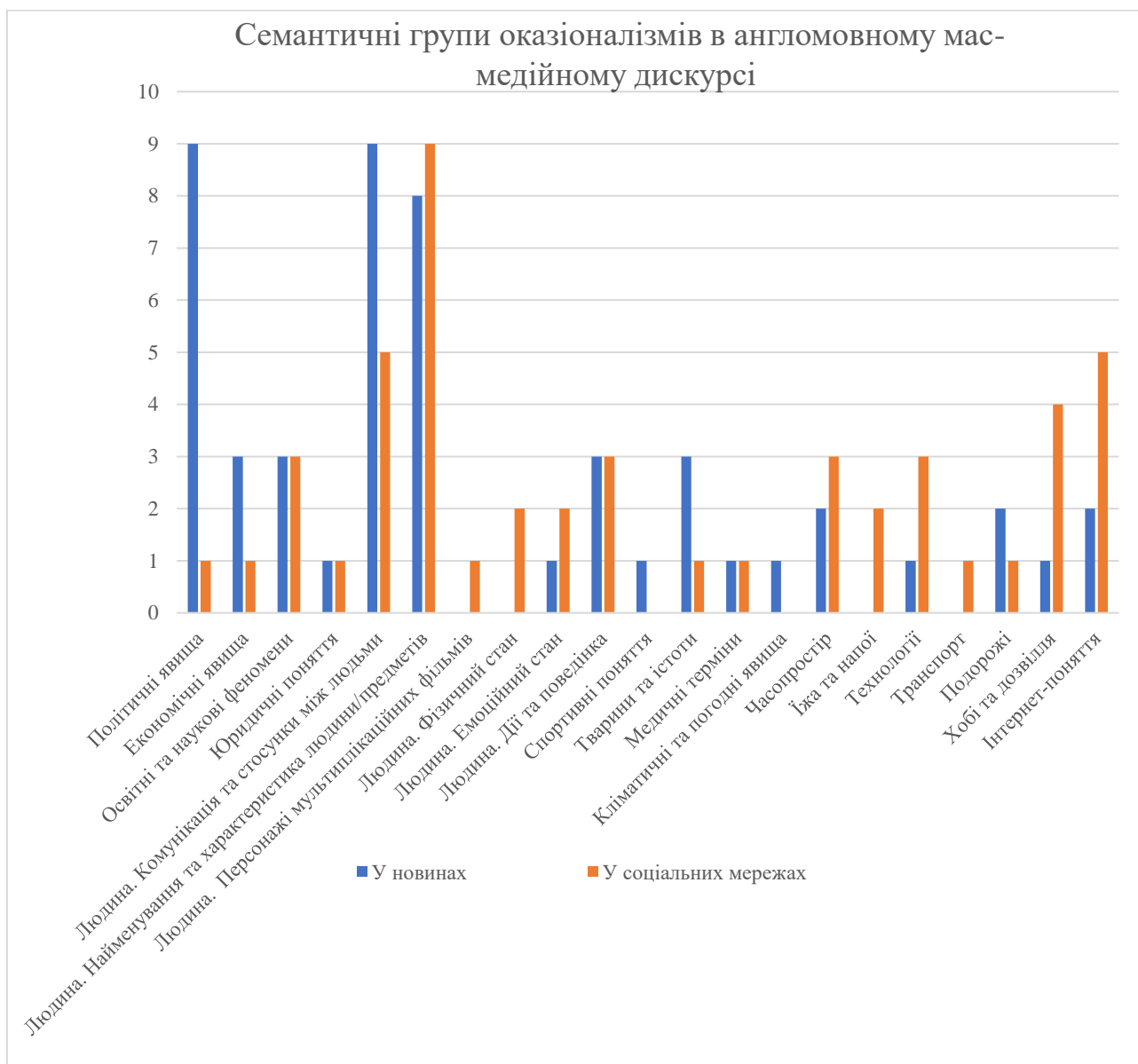


Рис. 2.1 Семантичні групи okazіоналізмів в англomовному мас-медійному дискурсі

## 2.2 Структурні особливості okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі.

Як уже зазначалось раніше, у сучасному мас-медійному дискурсі okazіоналізми відіграють значну роль у адаптації мови до актуальних потреб комунікації, тож вивчення структурних особливостей okazіоналізмів дозволяє краще зрозуміти механізми їх утворення та функціонування у мас-медіа.

Okazіональні номінації є експресивними мовними одиницями, оскільки здатні привертати увагу аудиторії та підкреслювати важливість повідомлення. Словотворення як основний механізм появи okazіоналізмів часто пов'язане з комбінуванням існуючих морфем, запозиченням з інших мов тощо. Окрім того, okazіоналізми є результатом мовної гри, де автори свідомо порушують традиційні мовні норми для створення незвичного ефекту.

Розглянемо *морфологічні способи* словотворення та проаналізуємо okazіоналізми у новинах та соціальних мережах. Морфологічний спосіб словотворення включає *постфіксальний, префіксальний, суфіксальний, префіксально-суфіксальний, словоскладання, безафіксний* способи.

Найчастотнішим способом творення okazіоналізмів виступає *словоскладання*, яке налічує більшу частину прикладів у новинах та соціальних мережах. Розглянемо детальніше кожен з них.

(1) *Brexit red tape is 'price you pay' for freedom, UK minister insists* (BRTPYPPF, URL). У наведеному вище прикладі okazіоналізм-бленд *Brexit* утворений шляхом злиття двох основ *Britain* та *exit*, у результаті відбувається усічення за моделлю  $ab + cd \rightarrow acd$ .

У реченні (2) *From the beginning of "Bennifer" to their second engagement, here's a complete breakdown of Jennifer Lopez and Ben Affleck's relationship* (JLBART, URL), okazіоналізм *Bennifer* також є класичним прикладом словоскладання, де поєднуються імена *Ben* та *Jennifer*. У цьому реченні відбувається усічення за моделлю  $ab + cd \rightarrow abd$ .

Наприклад, усічення за моделлю  $ab + cd \rightarrow ad$  є у реченні (31) *Coronacation: What is the Future of Travel and Vacation?* (CWTFTV, URL), в якому okazіonalізм *Coronacation* містить поєднані частини *coronavirus* та *vacation*.

**Суфіксальний** спосіб творення okazіonalізмів налічує, в свою чергу, такі приклади з новин та соціальних мереж:

(8) *lawyerfied* (*lawyer* + *-fied*  $\rightarrow$  *lawyerfied*) – *As a result, customer arbitration has lost much of its informality and become increasingly “lawyerfied,” so that today it is nearly as procedural, protracted—and expensive—as real litigation* (SAC, URL).

(10) *complexifier* (*complex* + *-fier*  $\rightarrow$  *complexifier*) – *My ownership of the Washington Post is a complexifier for me* (TNMBME, URL).

(61) *Ipaders* (*iPad* + *-er*  $\rightarrow$  *IPaders*) – *Incredible Ipaders! Help me give my students an updated Ipad to use during therapy sessions* (IIHMGMSUITUDTS, URL).

(88) *cottagecore* (*cottage* + *-core*  $\rightarrow$  *cottagecore*) – *Cottagecore is an aesthetic that celebrates simple living, particularly in the countryside* (WTCAAWWLI, URL).

**Префіксально-суфіксальним** способом у новинах утворені наступні слова:

(21) *offworlder* (*off-* + *world* + *-er*  $\rightarrow$  *offworlder*) – *Offworlder Sculpting and Texturing in 3D Coat for Blender* (OSTI3DCB, URL).

(48) *embiggen* (*em-* + *big* + *-en*  $\rightarrow$  *embiggen*) – *Marvel Comics, whose character Ms Marvel has the power to embiggen herself, also tweeted about the addition to the dictionary* (WCBTSATUSD, URL).

(57) *de-gnoming* (*de-* + *gnome* + *-ing*  $\rightarrow$  *de-gnoming*) – *De-gnoming was a term used to refer to the process of ridding a garden of gnomes* (D, URL).

(80) *pre-inheritance* (*pre-* + *inherit* + *-ance*  $\rightarrow$  *pre-inheritance*) – *The average age for receiving an inheritance is 47 according to a recent study, so at Continuum we believe in looking at pre-inheritance* (WIPI, URL).

Є і слово, що утворене **префіксальним** способом:

(79) *nonversation* (*non-* + *conversation*  $\rightarrow$  *nonversation*) – *The curse of the “nonversation”! This is a conversation when you are not really listening. Ok, so you*

*may be listening to part of the conversation, but at the same time you have all these voices in your head* (TCOTN, URL).

Серед **неморфологічних способів** словотворення виділяють **морфолого-синтаксичний**, **лексико-синтаксичний** та **лексико-семантичний** способи.

До **морфолого-синтаксичного** способу словотвору, що передбачає перехід однієї частини мови в іншу, відносяться такі okazіоналізми у новинах як:

(15) Meghan Markled (*Meghan Markle – to Meghan Markle*;  $N \rightarrow V$ ) – “*I totally Meghan Markled my ex last night and never returned his texts.*” (TMMNVHHTUI, URL).

(28) flapdoodle ( $N \rightarrow Adj$  “*flapdoodle*” reading) – *Poppycok with an average flapdoodle reading of +10 million fiddle faddles* (CISQPOE, URL).

(55) concrew ( $N \rightarrow V$ ) – *Concrew Training specialises in delivering high quality high value training and CPD that help businesses, management and staff to “concrew” (grow together)* (HQTPDCTHSLMSPBR, URL).

Слова (67) quidnunc – *A quintessential quidnunc chronicles his continent-hopping capers as photographer to the stars and the royals* (BITS, URL) та (72) Happy Grow Lucky – *Happy Grow Lucky Farms LLC is a OLCC licensed farm in the heart of the Applegate valley* (HGLF, URL) утворені **лексико-синтаксичним** способом, оскільки відбувається злиття цілого словосполучення.

Наостанок, розглянемо декілька okazіоналізмів, утворених **лексико-семантичним** способом, що передбачає набуття нового значення вже існуючого слова. Так, до цього способу словотвору можна віднести наступні okazіональні одиниці:

(18) the Angelina Jolie effect (цей вираз створює нове значення, поєднуючи ім’я відомої акторки з впливом мастектомії, що пов’язана із захворюванням раку молочної залози. Рішення акторки зробити профілактичну операцію привернуло значну увагу громадськості та медіа, що, в свою чергу, вплинуло на підвищення інформованості суспільства.) – *Risk-reducing mastectomy rates in the US: a closer examination of the Angelina Jolie effect* (RRMRITUSCEAJE, URL).

(11) Bozo (у даному випадку відбувається зміна значення імені через асоціацію з прикметником “bozo”, що має негативне значення «дурний» або «непрофесійний». Використання слова “Bozo” замість прізвища Bezos підкреслює саркастичний тон автора, який хоче принизити або висміяти підприємця.) – *So sorry to hear the news about Jeff Bozo being taken down by a competitor whose reporting, I understand, is far more accurate than the reporting in his lobbyist newspaper, the Amazon Washington Post. Hopefully the paper will soon be placed in better & more responsible hands!* (DJT, URL)

(75) iCon (слово “icon” означає «ікону» або «символ». Тут, за допомогою поєднання літери *i*, що є характерною для продукції Apple та слова “icon”, створюється нове значення, що натякає на Стіва Джобса як на ікону у світі бізнесу та технологій.) – *iCon Steve Jobs: The Greatest Second Act in the History of Business* (ISJTGSAITHB, URL).

(89) swipe (традиційно, це слово означає «швидко схопити» або «завдати удару». У контексті додатків для знайомств даний оказіоналізм набуває нового значення «висловити зацікавленість у людині, проводячи по екрану» або, навпаки, «відхилити запит, цим самим не проявляючи зацікавленості».) – *If you like the person you are looking at, you can swipe right to ‘like’ them; and swipe left if you don’t* (THTKYS, URL).

Окрім того, зафіксовано також і деякі випадки оказіоналізмів, які не мають чітких способів творення, оскільки вони є повністю вигаданими словами або термінами, які мають значення лише в певному контексті. Припускається, що дані слова можна частково віднести або до **морфологічного**, або до **неморфологічного** способу словотворення. Так, до цих випадків можна віднести наступні слова:

(12) covfefe (результатом виникнення даного слова є помилка, що може свідчити про випадкове створення нового слова у твіті) – *Despite the constant negative press covfefe* (COYLHLNTTIP, URL).

(13) quarks (термін у фізиці для позначення елементарних частинок, що має семантичне значення в науковому контексті, але є повністю вигаданим) – *Murray Gell-Mann, one of the founders of modern particle physics, died on 24 May, aged 89. Gell-Mann’s most influential contribution was to propose the theory of quarks — fundamental particles that make up most ordinary matter* (MGMFQD, URL).

(22) cromulent (слово, вигадане для комедійного ефекту в епізоді серіалу “The Simpsons”, служить для вираження значення «автентичний», «допустимий», «прийнятний» в межах контексту) – *Perfectly cromulent: 9 top picks from the 690 new words that debuted in the Merriam-Webster dictionary in 2023* (PC9TPF690NWTDITMWDI2023, URL).

(23) Granfalloon (вигадане слово, що має значення лише в контексті твору Курта Воннегута «Колиска для кішки») – *What the Heck is a Granfalloon?* (WHG, URL)

(25) wug (слово, створене для тестування мовного розвитку у дітей, яке має значення лише в контексті експерименту) – *A child is presented with an imaginary object and is told, ‘This is a wug’* (OWT, URL).

(26) blicket (вигадане слово, яке позначає об’єкт, що активує певні механізми та викликає певні реакції під час досліджень когнітивних процесів у дітей.) – *Children can interact with the blicket detector through a touch interface on an iPad, or through a point and click interface on any web-enabled machine* (SVBD, URL).

(29) taradiddle (вигадане слово на позначення брехні або нісенітниці) – *This eliminates all the taradiddle about whether Pam should have that black topless cocktail dress and Tom the dress suit he is bound to grow out of* (FAMDPS, URL).

(30) bumfuzzle (вигадане слово на позначення збентеження, ускладнення, плутанини) – *The card in play determines what all players must do - say the colour of the word, read the word or stand up. Designed to bumfuzzle the brain* (B, URL).

(58) Mwahaha! (даний оказіоналізм використовується для зображення зловісного або саркастичного сміху, часто в комічному або драматичному



контексті.) – *Even more sand sculptures for my collection! Mwahaha!* (SNKHTTF, URL)

(66) *jabberwocky* (оказіоналізм, вигаданий Льюїсом Керролом у вірші «Курзу-Верзу» з повісті-казки «Аліса в Задзеркаллі») – *Discover photos and videos that include hashtag "jabberwocky"* (#JW, URL).

(69) *Runcible* (вигадане слово, автором якого є Едвард Лір. У творах автора цей оказіоналізм не має конкретного значення, але у сучасному розумінні значення слова базується на вигадливості мобільного пристрою.) – *Monohm is a small team of obsessed people working in Berkeley, California. In under a year, we designed, developed and prototyped Runcible, an entirely new class of mobile device, from the ground up* (MTWE, URL).

(70) *pompatus* (слово з пісні Стіва Міллера “The Joker”, який випадково сприйняв слово “puppetutes” як “pompatus”.) – *Through our singing and laughing, someone asked, “What does ‘pompatus’ mean?” Some thought it meant prestigious or highly regarded. Others thought it meant suave or debonair. We were all wrong* (TPOL, URL).

(73) *Ommm... Aargh* (перша частина “Ommm” є звуком, який виражає спокій під час медитації, а друга частина “Aargh” виражає роздратування або злість, тож використання цих двох протилежних значень створює дещо іронічний ефект у контексті.) – *Ommm... Aargh. Meditation and mindfulness have a dark side that should not be ignored, say psychologists Miguel Farias and Catherine Wikholm* (OAMAMHDSTSNBISPMFACW, URL).

(96) *plumbumptious* (слово “plumb” означає «свинець», до якого додається суфікс -ous. Це слово у контексті опису картини означає щось пихате, розкішне, шикарне або надмірно впевнене.) – *“Plumbumptious” and giant still life by Sherri* (RAPFG, URL).

Отже, проаналізувавши структурні особливості оказіоналізмів у мас-медійному дискурсі, можна зробити висновок, що переважна більшість оказіональних одиниць з’являється за допомогою морфологічних способів

словотворення, а саме словоскладання. Цей спосіб словотворення є найпоширенішим та відображає тенденцію до економії мовних засобів, оскільки нові одиниці утворюються шляхом злиття вже існуючих слів. Трохи меншу частину появи okazіоналізмів складають такі морфологічні способи словотворення як суфіксація, префіксація, префіксально-суфіксальна деривація.

Крім того, у мас-медіа є й такі okazіоналізми, що утворені неморфологічними способами словотвору, зокрема морфолого-синтаксичним, лексико-синтаксичним та лексико-семантичним способами. Okazіоналізми, утворені шляхом переходу однієї частини мови в іншу, злиттям словосполучень або набуттям нових значень, демонструють багатство та гнучкість мови у відображенні актуальних подій та явищ.

Важливо також відзначити, що деякі okazіоналізми не мають чітких способів словотворення, оскільки є повністю вигаданими словами або термінами, які мають значення лише в конкретному контексті.

Розгляд різноманітних способів словотворення, таких як морфологічні та неморфологічні, дозволяє відслідкувати певну гнучкість та динамічність мови, а також підкреслити значущість okazіоналізмів у сучасній комунікації. Так, okazіональні одиниці виступають не лише інструментами мовної креативності, але й засобами передачі нових ідей та концепцій задля розуміння комунікативних потреб, що виникають у суспільстві.

### 2.3 Прагматичні функції okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі.

Оказіоналізми, як лексичні новотвори, створені з певною метою в конкретних комунікативних ситуаціях, відіграють важливу роль у мас-медійному дискурсі. В умовах сучасної інформаційної насиченості, коли медіа змагаються за увагу аудиторії, okazіоналізми виступають ефективним засобом привернення уваги та створення унікального стилю кожного медіаресурсу. Важливо розуміти, як саме okazіоналізми сприяють ефективній комунікації, підсилюють емоційний вплив повідомлення та сприяють інтерактивній взаємодії між медіа та аудиторією.

Дослідження вчених вказують на те, що okazіоналізми виконують декілька ключових прагматичних функцій у мас-медійному дискурсі. Тож, серед прагматичних функцій okazіоналізмів в мас-медійному дискурсі слід виділити та проаналізувати наступні:

1. **Номінативна функція**, що полягає у створенні нових слів на позначення нових реалій, понять або явищ, які раніше не мали своїх власних назв. Оскільки у мас-медійному дискурсі постійно виникають нові феномени або відбуваються певні події, виникає потреба швидко та ефективно назвати ці нові явища. Автор має змогу ефективно передати інформацію з мінімальними витратами часу та зусиль. До прикладу, замість того, щоб довго пояснювати про вихід Великобританії з Європейського Союзу та події, пов'язані зі стосунками Бена Аффлека та Дженніфер Лопес, автор використовує okazіоналізми (1) *Brexit* (BRTPYPPF, URL) та (2) *Bennifer* (JLBART, URL) відповідно, миттєво передаючи ідею аудиторії, яка вже знайома з контекстом.

(1) *Brexit* – *Brexit red tape is 'price you pay' for freedom, UK minister insists* (BRTPYPPF, URL).

(2) *Bennifer* – *From the beginning of "Bennifer" to their second engagement, here's a complete breakdown of Jennifer Lopez and Ben Affleck's relationship* (JLBART, URL).

2. **Функція збагачення словникового запасу мови** полягає у тому, що okazіоналізми сприяють збагаченню лексичного складу мови, в той час як мас-медіа сприяють розповсюдженню нових слів та, відповідно, їх закріпленню в мові. Прикладами є okazіоналізми (6) *educrats* – *Many educrats make much of their income and build their reputations trying to fix the problems they themselves created with their dopey educational methodologies* (WDEM, URL) та (42) *mansplaining* – *Mansplaining may seem like a trivial issue in isolation, but how we communicate tells other people how much or little they are valued* (MEIOSC, URL).

Okazіоналізм (6) *educrats* (WDEM, URL) є поєднанням слів education та bureaucrats, що описує групу людей та їхню діяльність, а саме бюрократів в системі освіти, які займаються реформуванням освіти та часто створюють більше проблем, ніж вирішують. Okazіоналізм (42) *mansplaining* (MEIOSC, URL) є поєднанням слів man та explaining та описує ситуацію, коли чоловік зверхньо пояснює щось жінці, часто припускаючи, що жінка знає менше, ніж чоловік. Це слово відображає певні соціальні та гендерні стереотипи, що породжує шквал критики у мас-медіа. Використання цього okazіоналізму підвищує обізнаність про проблему суспільства та слугує новим терміном для опису конкретної форми сексизму в комунікації.

3. **Компресивно-інформативна функція** виявляється в здатності okazіоналізмів передавати складні поняття у стислій формі, що є особливо важливим в умовах обмеженого часу, характерних для мас-медіа. (27) *Infotainment* – *Television News: Information or Infotainment?* (TNII, URL) та (86) *staycation* – *Staycation or Vacation? What are you choosing?* (SOVWAYC, URL)

Використання okazіоналізму (27) *Infotainment* (TNII, URL) використовується для опису контенту, що поєднує як інформаційні, так і розважальні елементи та дає змогу аудиторії одразу зрозуміти, про що йде мова. Це слово дозволяє в короткій формі передати концепцію, яка б раніше вимагала довшого пояснення, наприклад, «інформаційно-розважальний контент». В свою чергу, okazіоналізм (86) *staycation* (SOVWAYC, URL) використовується для

опису відпустки, проведеної вдома або поблизу дому. Цей термін став популярним у контексті сучасних економічних та соціальних змін в умовах пандемії, коли багато людей стали обирати цей тип відпочинку через фінансові обмеження та заходи безпеки.

Таким чином, використання okazionalizmiv (27) *Infotainment* (TNIИ, URL) та (86) *staycation* (SOVWAYC, URL) дозволяє скоротити опис явища до одного лексичного елемента, що підвищує ефективність комунікації у мас-медіа.

4. **Функція узагальнення та диференціації** ґрунтується на здатності okazionalizmiv одиноких поєднувати в собі кілька аспектів або ознак різних явищ, створюючи новий термін, що охоплює ширше значення та виокремленні специфічних явищ та тенденцій, відповідно. Наприклад, okazionalizm (17) *Snowmagedon – The storm, which President Obama referred to as "Snowmagedon" in a speech before the Democratic National Committee winter meeting, has already set the all-time record for heaviest snowfall in Delaware history* (SWS, URL) узагальнює екстремальні погодні умови, пов'язані зі снігопадами. Okazionalizm (50) *vaxinista – The vaxinista takes COVID seriously but treats the achievement of immunity as just another high-status consumer item to be thrown in the face of their friends, or "friend", like a new BMW X3 or the admission of their offspring into a competitive college* (MTLCATV, URL) описує групу людей, які активно підтримують вакцинацію та вважають цей процес частиною свого іміджу. З цього випливає, що термін диференціює таких людей від загальної маси суспільства, підкреслюючи їхню специфічну поведінку та стиль життя.

5. **Діагностична функція** зводиться до розуміння здатності okazionalizmiv збагачувати мову та показувати як мовці сприймають сучасність. Okazionalizmi (35) *Zoombombing – Your organization should discuss the right steps to take should a zoombombing incident take place. Are security settings as tight as possible? Should more than one host be designated for a meeting?* (HTRTZIRL, URL) та (36) *Covidiots – Remember 'Covidiots' and the first protests by 'anti-vaxxers'? -- A new book on*

'*Viral Language*' (RCTFPBAANBOVL, URL) ідентифікують нові соціальні проблеми, що виникли внаслідок пандемії COVID-19.

(35) *Zoombombing* (HTRTZIRL, URL) означає небажане вторгнення в онлайн-зустрічі на платформі Zoom. Це слово підкреслює нову проблему, що виникла через активне користування платформою під час пандемії. Крім того, це явище вказує на необхідність підвищення рівня безпеки та захисту особистих даних.

(36) *Covidiots* (RCTFPBAANBOVL, URL) поєднує слова "COVID" та "idiots" та використовується для опису людей, які ігнорували правила безпеки під час пандемії. Цей термін відображає невдоволення та роздратування людей, які, навпаки, дотримувались усіх безпекових заходів. Вживання цього okazіоналізму ідентифікує та осуджує дії людей, які своєю поведінкою піддавали оточуючих ризику, а також акцентує увагу на важливості серйозного ставлення до пандемії та необхідності дотримання правил з метою уникнення подальшого поширення вірусу.

6. *Експресивна функція* okazіоналізмів виражається у здатності okazіоналізмів підсилювати емоційну складову висловлювання та наданні яскравості та емоційного забарвлення повідомленню. Завдяки цій функції, okazіоналізми допомагають створювати виразні та емоційно насичені повідомлення, сприяючи їх ефективному сприйняттю. До того ж, okazіоналізми часто виникають як результат мовної гри, що надає повідомленням у мас-медійному дискурсі оригінальності, свіжості та креативності. Таким чином, автор передає свої емоційні настрої та ставлення до описуваних подій, явищ чи осіб, роблячи повідомлення живим та автентичним.

Наприклад, помилково виниклий okazіоналізм (12) *covfefe* – *Despite the constant negative press covfefe* (COYLHLNTTTP, URL) став відомим завдяки твіту Дональда Трампа. Цей okazіоналізм одразу поширився у численних мемах у соціальних мережах та став символом непередбачуваності та хаотичності у політичних комунікаціях.

Інший okazіоналізм, (84) *Quarantini*, – *Quarantini Black Gin turns any gin and tonic into a showstopping drink, but it doesn't compromise on taste either, with exotic notes of papaya, bitter orange and bergamot mingling with angelica root, orris root and coriander* (QBGTAGATISD, URL) створив гумористичний образ напою, оскільки є поєднанням слів “quarantine” та “martini”. Це слово символізувало проведення часу під час карантину та викликало почуття легковажності, допомагаючи знизити рівень стресу та тривоги, пов’язаних з ізоляцією.

7. **Функція евфемізації** характеризується процесом заміни грубих або табуйованих висловлювань на м’якші та прийнятні аналоги. У мас-медійному дискурсі ця функція полягає у тому аби зробити мову більш прийнятною та доступною для широкої аудиторії та уникнути потенційно образливих або неприємних формулювань. Більше того, okazіоналізми, що виконують функцію евфемізації, відображають соціальні та культурні зміни, дозволяючи мові адаптуватися до нових умов та реалій, зберігаючи при цьому чутливість до соціальних норм та цінностей.

Вже відомий okazіоналізм (36) *Covidiot*s – *Remember ‘Covidiot*s’ and the first protests by ‘anti-vaxxers’? -- A new book on ‘Viral Language’ (RCTFPBAANBOVL, URL) описує людей, які ігнорували правила безпеки під час пандемії. Тут, замість використання більш грубих або образливих виразів, автор хоча і висловлює незадоволення та критику, але все ж залишається в рамках соціально прийнятної лексики.

Інший okazіоналізм, (14) *Freegans* – *We as Freegans employ alternative strategies for living that are based on limited participation in the conventional economy and minimal consumption of resources* (FISFSLBC, URL), використовується для опису людей, які ведуть спосіб життя, спрямований на мінімізацію споживання. Цей okazіоналізм замінює негативні або упереджені терміни, роблячи акцент на позитивних аспектах руху, використовуючи слово “free”.

8. **Функція дисфемізації** є, навпаки, процесом заміни нейтральних висловлювань на різкі та негативно забарвлені. У мас-медіа функція дисфемізації підсилює критику, викликаючи негативне ставлення аудиторії до певної події, явища чи особи. У той же час, okazіоналізми, що виконують функцію дисфемізації, допомагають привернути увагу до проблем, акцентуючи при цьому негативні сторони та недоліки подій, явищ чи осіб. Крім того, негативно забарвлені слова інколи мотивують громадськість до активних дій, спрямованих подекуди на вирішення проблеми.

Яскравим прикладом okazіоналізму, що виконує функцію дисфемізації, є слово (32) *Trumpmentum* – ... Hence the “*Trumpmentum*.” Voters say “Forget the RNC or DNC,” and find us a candidate who wants to focus on America rather than power and money (TACBBJ, URL). Ця okazіональна одиниця описує політичні зміни, що асоціюються з Дональдом Трампом, часто у негативному аспекті. Підкреслення політичного впливу, риторики, образ суперечливості та непередбачуваності політика – все це справляє сильний психологічний вплив на реципієнта.

Ще одним прикладом, що ілюструє функцію дисфемізації, є okazіоналізм (11) *Bozo* – So sorry to hear the news about Jeff *Bozo* being taken down by a competitor whose reporting, I understand, is far more accurate than the reporting in his lobbyist newspaper, the Amazon Washington Post. Hopefully the paper will soon be placed in better & more responsible hands! (DJT, URL). Автор навмисно змінює прізвище людини на співзвучне слово, що означає «дурний», «некомпетентний» або «непрофесійний». Таким чином, це слово підкреслює зневажливе ставлення до особи, що, в свою чергу, впливає на формування відповідних стереотипів та оцінок аудиторії.

Отже, у мас-медіа okazіоналізми є інструментом, за допомогою якого автори мають змогу ефективно та креативно передати інформацію та запропонувати нові шляхи вираження ідей. Аналіз показує, що okazіональні



одиниці виконують різноманітні прагматичні функції, які значно впливають на ефективність комунікації та сприйняття інформації.

**Номінативна функція** дозволяє швидко та точно ідентифікувати нові реалії, забезпечуючи чітко та стисло представлення нових концептів, полегшуючи комунікацію та заощаджуючи час автора. **Функція збагачення словникового запасу** демонструє, як okazіоналізми сприяють розширенню лексичного складу мови, а **компресивно-інформативна функція** доводить, що okazіоналізми здатні передавати складні ідеї у стислій формі, що є особливо важливим в умовах мас-медіа. **Функція узагальнення та диференціації** сприяє, в свою чергу, кращому розумінню та категоризації нових соціальних феноменів. За сприйняття та реакцію на зміни у суспільстві відповідає **діагностична функція**, за вираження настрою та ставлення автора до описуваних явищ – **експресивна**. **Функція евфемізації** демонструє адаптацію мови до соціальних норм і змін, шукаючи альтернативи неделікатним та зухвалим висловлюванням, у той час як **функція дисфемізації** акцентує увагу на тому, як нові терміни можуть посилювати негативне ставлення до явищ або осіб, створюючи сильний психологічний вплив.

## Висновки до розділу 2

1. Okazіоналізми можна розподілити на ключові семантичні групи, серед яких виділяються «Політичні явища», «Економічні явища», «Освітні та наукові феномени», «Юридичні поняття», «Людина», «Спортивні поняття», «Тварини та істоти», «Медичні терміни», «Кліматичні та природні явища», «Часопростір», «Їжа та напої», «Технології», «Транспорт», «Подорожі», «Хобі та дозвілля», «Інтернет-поняття». Кожна з цих груп відображає нові явища та тенденції у відповідній сфері життя, що підкреслює адаптивність та динамічність мовної системи. З семантичної точки зору, okazіоналізми демонструють високу ступінь залежності від контексту, у якому вони використовуються, що свідчить про те, що їх значення часто формується на основі конкретних ситуацій або подій, що робить їх тісно пов'язаними з актуальними темами у мас-медіа. Ці слова можуть

мати тимчасовий характер, поступово втрачаючи свою актуальність, як тільки суспільний інтерес до певних подій знижується. Значущість та інформативність okazіоналізмів безпосередньо залежать від контексту, що підкреслює важливість креативності та, подекуди, ситуативності у процесі їх створення та використання.

2. Завдяки структурному аналізу okazіоналізмів виявлено, що основні механізми їхнього творення включають морфологічні та неморфологічні способи словотворення, серед яких найчастотнішими способами є словоскладання, суфіксальні та префіксальні модифікації, що свідчить про продуктивність цих моделей у процесі творення нових слів у мас-медійному дискурсі. Існують й такі okazіональні номінації, що не піддаються точній класифікації за способами словотворення. Такі слова є повністю вигаданими або такими, що мають значення лише в межах певного контексту, що ускладнює їхнє віднесення до конкретного способу словотвору.

3. Прагматичні функції okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі є, безперечно, багатогранними та відображають здатність цих лексичних одиниць адаптувати комунікацію у соціокультурних умовах. Okazіоналізми виконують низку функцій, серед яких номінативна, функція збагачення словникового запасу мови, компресивно-інформативна, функція узагальнення та диференціації, діагностична, експресивна, функція евфемізації та дисфемізації. Виявлено, що okazіоналізми слугують не тільки для позначення нових реалій та збагачення мови, але й допомагають медіа оперативно реагувати на нові явища та події, економити час та ресурси, передаючи важливі повідомлення у стислій формі, фіксувати нові соціальні феномени та виокремлювати специфічні риси цих феноменів, а також дозволяють автору контролювати тональність повідомлення та виражати емоції та ставлення до описуваних подій.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКИХ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

#### 3.1 Способи еквівалентного відтворення українською мовою оказіоналізмів у перекладах англійськомовного мас-медійного дискурсу.

Переклад оказіоналізмів у мас-медійному дискурсі становить одну з найбільш складних та, водночас, актуальних проблем сучасної перекладознавчої науки. З огляду на швидкоплинність суспільних змін, технологічний розвиток та динаміку політичних та культурних процесів, засоби масової інформації постійно генерують нові лексичні одиниці, які відображають нові реалії, певні явища та події. Як уже зазначалось у попередніх розділах, оказіоналізми вирізняються інноваційністю, нестандартністю, експресивною забарвленістю, що значно ускладнює їхнє еквівалентне відтворення.

Англомовний мас-медійний дискурс, зокрема, є джерелом значної кількості таких оказіональних одиниць, які швидко поширюються на глобальному рівні завдяки впливу англійської мови як міжнародного засобу комунікації. Відтак, переклад оказіоналізмів з англійської на українську мову потребує застосування особливих стратегій та методик, спрямованих на забезпечення зрозумілості повідомлення без втрати культурної специфіки та емоційного впливу, властивих оригіналу.

Основним фокусом у цьому розділі є визначення основних способів еквівалентного відтворення оказіоналізмів англійськомовного мас-медійного дискурсу українською мовою, що включає транслітерацію, транскрипцію, калькування та нульове транскодування, а також аналіз ефективності цих способів у контексті сучасних перекладознавчих підходів.

Розглянемо спершу *транслітерацію* як спосіб перекладацького відтворення для досягнення еквівалентності. Як відомо, транслітерація

передбачає передачу графем оригінальної мови за допомогою відповідних графем мовою перекладу, при цьому зберігаючи зовнішню форму слова, але часто втрачаючи оригінальне фонетичне звучання. У випадку перекладу okazionalizmів у мас-медійному дискурсі, транслітерація використовується переважно для збереження новизни та креативності оригінального слова та є ефективним способом перекладу у тих випадках, коли важливо зберегти візуальну або графічну ідентичність оригінального okazionalizmu. При цьому, слід додати, що інколи цей спосіб вимагає додаткових зусиль від перекладача, оскільки останній має пояснити значення слова для аудиторії.

Прикладами транслітерації можуть бути okazionalizmi, що збережені у перекладі шляхом передачі їх графічної форми з англійської на українську мову:

(1) *Brexit red tape is 'price you pay' for freedom, UK minister insists* (BTRYPFF, URL). – Бюрократія у зв'язку з брекзит – це «ціна, яку ви платите» за свободу, наполягає британський міністр.

У цьому реченні використовується адаптивне транскодування при перекладі, оскільки саме «брекзит» є правильним перекладом з огляду на фонетичні особливості та традиційне відтворення англійських слів українською мовою. Так, в українській мові «и» відтворює короткий ненаголошений звук, що є ближчим за вимовою до англійського /ɪ/.

(2) *From the beginning of "Bennifer" to their second engagement, here's a complete breakdown of Jennifer Lopez and Ben Affleck's relationship* (JLBART, URL). – Від початку Бенніфер до їхніх других заручин – повний розбір стосунків Дженніфер Лопес і Бена Аффлека.

Транслітерація імен *Ben* та *Jennifer* відповідає правилам української фонетики, що дозволяє зберегти автентичність звучання при адаптації до українського мовного середовища. Маємо підкреслити, що реципієнт легко розпізнає зіркову пару, адже їхні імена звучать подібно до оригіналу та вже є пристосованими до фонетичних особливостей української мови.

(25) *A child is presented with an imaginary object and is told, 'This is a wug'* (OWT, URL). – Дитині показують уявний предмет і кажуть: «Це вуг». (OWT, URL).

Слово *wug* в англійській мові має вигаданий характер та немає попередньо закріпленого значення. Безперечно, що важливо зберегти фонетичні особливості цього слова при перекладі, оскільки воно використовується для дослідження того, як діти утворюють граматичні форми (наприклад, множину) для нових слів, які вони раніше не чули. Збереження оригінального звучання допомагає забезпечити нейтральність та уникнути впливу на експеримент з боку вже існуючих слів у мові перекладу. Якби, наприклад, при перекладі було використано інше слово, це могло б асоціюватися з чимось знайомим для носія української мови, що порушило б чистоту експерименту.

(35) *Your organization should discuss the right steps to take should a zoombombing incident take place. Are security settings as tight as possible? Should more than one host be designated for a meeting?* (HTRTZIRL, URL) – Ваша організація повинна обговорити правильні кроки, яких слід вжити у випадку Zoom-бомбінгу. Чи є налаштування безпеки максимально жорсткими? Чи потрібно призначати більше одного організатора для проведення зустрічі?

У наведеному прикладі застосування транслітерації дозволяє зберегти термін «Zoom-бомбінг» у точному вигляді, оскільки він не має прямого перекладу, який передавав би всю суть цього явища. Крім того, транслітерація сприяє збереженню його оригінального значення, що полегшує розуміння терміна українськими користувачами, які вже знайомі з платформою Zoom.

(36) *Remember 'Covidiots' and the first protests by 'anti-vaxxers'? -- A new book on 'Viral Language'* (RCTFPBAANBOVL, URL). – Пам'ятаєте ковідіотів і перші протести антиваксерів? – Читайте нову книгу “Viral Language”.

Оказіоналізм (36) *Covidiots* (RCTFPBAANBOVL, URL) транслітерується як «ковідіоти», що допомагає аудиторії швидко впізнати термін, що пов'язаний з певною соціальною поведінкою в умовах пандемії. Більше того, у цьому

прикладі можна передати й емоційне забарвлення та іронію терміна, яка характерна для оригіналу.

У реченнях (61) *Incredible Ipaders! Help me give my students an updated Ipad to use during therapy sessions (IHMGMSTUITUDTS, URL)*. – Неймовірні айпадери! Допоможіть мені подарувати моїм студентам оновлений Ipad для використання під час терапевтичних сесій. та (62) *How this Googler lifts up Indigenous communities (HTGLUIC, URL)*. – Допомога гуглера корінним громадам. транслітерація забезпечує фонетичну та орфографічну відповідність оригіналу. Відомо, що в англійській мові до назв продуктів часто додаються суфікси, що вказують на користувачів або прихильників цього продукту, тут переклад дозволяє зберегти оригінальну форму терміна і полегшує його розуміння без необхідності додаткових пояснень.

Наступним способом для досягнення еквівалентності є *транскрипція*. У контексті перекладу okazionalizmів з англійської мови на українську, транскрипція виконує ключову роль у збереженні фонетичної ідентичності оригінальних термінів. Як процес передачі звуків однієї мови за допомогою графічних засобів іншої, транскрипція дозволяє максимально точно відтворити фонетичну форму терміна, що є особливо важливим для збереження стилістичних особливостей okazionalizmів, що можуть містити культурні або ж соціальні конотації.

Розглянемо декілька прикладів, в яких застосовується метод транскрипції при перекладі:

(13) *Murray Gell-Mann, one of the founders of modern particle physics, died on 24 May, aged 89. Gell-Mann's most influential contribution was to propose the theory of quarks — fundamental particles that make up most ordinary matter (MGMFQD, URL)*. – Маррі Гелл-Манн, один із засновників сучасної фізики елементарних частинок, помер 24 травня у віці 89 років. Найвпливовішим внеском Гелл-Мана була пропозиція теорії кварків – фундаментальних частинок, з яких складається більшість звичайних матерій.

Оскільки термін (13) *quarks* (MGMFQD, URL) є технічним і специфічним, а його переклад не має усталеного або широко вживаного синоніма в українській мові, транскрипція стає найбільш адекватним варіантом для збереження наукової точності. Крім того, в науковому середовищі терміни, що стосуються нових концепцій або відкриттів, часто використовуються у своїй оригінальній формі або транскрибуються для збереження їх первісного значення і контексту, що забезпечує однозначність і зрозумілість у міжнародному науковому обігу.

(14) *We as Freegans employ alternative strategies for living that are based on limited participation in the conventional economy and minimal consumption of resources* (FISFSLBC, URL). – Будучи фріганями, ми використовуємо альтернативні стратегії життя, які базуються на обмеженій участі у традиційній економіці та мінімальному споживанні ресурсів.

(14) *Freegans* (FISFSLBC, URL) є терміном, що описує соціальний рух або філософію життя, яка акцентує на мінімізації споживання ресурсів і відмові від традиційного економічного споживання. Цей термін відноситься до специфічної групи людей, які дотримуються цієї філософії. Оскільки цей okazіоналізм є відносно новим терміном, його точний переклад може бути відсутній або неусталений в українській мові, тож доцільним є застосування транскрипції при перекладі.

(23) *What the Heck is a Granfalloon?* (WHG, URL). – Хто, в біса, такий Гранфалун?

Термін «Гранфалун» є рідкісним і специфічним терміном, що має обмежене використання в розмовній мові. Характерно, що в українській мові не існує аналогічного терміна з точно таким же значенням. Через це, спроба знайти точний переклад може бути складною або неможливою. Звідси випливає, що застосування транскрипції при перекладі зберігає оригінальне звучання слова та дозволяє зрозуміти реципієнту, що слово має особливий сенс, який важливо зберегти в його оригінальному контексті.

Не менш важливим способом для досягнення еквівалентності є **калькування**, що дозволяє зберігати структуру і значення оригінального терміна або фрази, шляхом прямого перекладу його компонентів. Крім того, калькування застосовується з метою передачі нових понять, що відсутні в мові перекладу. В буквальному розумінні даного способу, перекладач «перепишує» словосполучення чи фразу мови оригіналу, підбираючи при цьому відповідники для кожного слова у мові перекладу.

Проаналізуємо приклади застосування калькування при перекладі англійських okazionalizmiv:

(8) *As a result, customer arbitration has lost much of its informality and become increasingly “lawyerfied,” so that today it is nearly as procedural, protracted—and expensive—as real litigation* (SAC, URL). – Як наслідок, клієнтський арбітраж втратив значну частину своєї неформальності і стає все більш **«юридизованим»**, так що сьогодні він є майже таким же процесуальним, затяжним та дорогим, як і справжній судовий розгляд.

Переклад (8) *lawyerfied* (SAC, URL) як «юридизований» є прикладом калькування, тобто перекладу, що зберігає структуру та частину форми оригінального слова, але використовує терміни, що вже існують у мові перекладу. Оскільки в українській мові немає прямого аналога okazionalizmiv, який би влучно передав ідею, застосування калькування при перекладі чітко відображає процес, коли щось набирає ознак юридичної складності, що, безсумнівно, відповідає контексту оригінального слова.

(17) *The storm, which President Obama referred to as “Snowmageddon” in a speech before the Democratic National Committee winter meeting, has already set the all-time record for heaviest snowfall in Delaware history* (SWS, URL). – Шторм, який президент Обама назвав **«Снігомагеддон»** у своїй промові перед зимовими зборами Демократичного національного комітету, встановив рекорд за кількістю снігопадів в історії штату Делавер.



Калькування (17) *Snowmagedon* (SWS, URL) як «Снігомагеддон» дозволяє зберегти інформаційне навантаження терміна, яке вказує на надзвичайно сильний снігопад або зимову бурю, що є важливим для точності і зрозумілості передачі інформації. Крім того, в українській мові не існує готового терміна, що передає таку ж комбінацію і значення, як англійське слово, тож калькування є найоптимальнішим способом перекладу цієї оказіональної лексичної одиниці.

(19) *New Airline Flies Pet 'Paw-sengers'* (NAFPP, URL). – Нова авіакомпанія перевозить домашніх пасажиролапиків.

Оригінальний термін (19) *Paw-sengers* (NAFPP, URL) є грою слів, що поєднує поняття «лапа» та «пасажири». Для точного перекладу цієї гри слів українською мовою, було обрано «пасажиролапики», що зберігає концептуальний сенс і забезпечує ідентичність гри слів. Більше того, об'єднання цих частин забезпечує схожість з оригіналом і дозволяє зрозуміти, що йдеться про тварин, які подорожують як повноцінні пасажери.

(27) *Television News: Information or Infotainment?* (TNII, URL). – Телевізійні новини: Інформація чи Інфорозвага?

Калькування у цьому прикладі було вибрано для того, щоб зберегти ідею, закладену в оригінальному терміні. Оскільки (27) *Infotainment* (TNII, URL) є специфічним оказіоналізмом, що об'єднує інформацію і розваги, калькування дозволяє відтворити цю ідею в українській мові без втрати значення, а також допомагає зберегти унікальність терміна та зробити його зрозумілим для нової аудиторії.

(31) *Coronacation: What is the Future of Travel and Vacation?* (CWTFTV, URL). – Коронаканікули – чи є майбутнє у подорожей та відпусток?; (45) *Now, a large team of scientists from around the world has captured what it was like to live in "Blursday," as they call it: to have it feel as though time ground to a halt due to feelings of isolation* (INJYLHULIBSS, URL). – Нині, велика команда вчених з усього світу зафіксувала, як це було – жити, як вони кажуть, «розмитим днем», під час якого час ніби зупинився через відчуття ізоляції.; (53) *Cat-nipper – Surrealism, Oil*

*Painting, Prints* (CT, URL). – Котяча хватка – Сюрреалізм, Олійний живопис, Гравюри.; (57) *De-gnoming was a term used to refer to the process of ridding a garden of gnomes* (D, URL). – Дегномізація – це термін, який використовувався для позначення процесу позбавлення саду від гномів.; (80) *The average age for receiving an inheritance is 47 according to a recent study, so at Continuum we believe in looking at pre-inheritance* (WIPI, URL). – Згідно з нещодавнім дослідженням, середній вік отримання спадщини становить сорок сім років, тому в «Континуумі» ми вважаємо за потрібне звернути увагу на період передспадщини., також є яскравими прикладами застосування калькування при перекладі, оскільки в словах «коронаканікули», «розмитим днем», «котяча хватка», «дегномізація» та «передспадщина» збережено концептуальну структуру оригінальних термінів, що дозволяє забезпечити точність та зрозумілість для української аудиторії.

Іншим способом для досягнення еквівалентності є **нульове транскодування**, при застосуванні якого термінам не надається прямого перекладу. Більше того, термін або вираз залишаються незмінними або вимагають мінімальної адаптації. Нульове транскодування відбувається тоді, коли перекладач прагне зберегти оригінальний термін через його специфічність з метою надання точності та зрозумілості у певному контексті, як-от у прикладах:

(12) *Despite the constant negative press covfefe* (COYLHLNTTTTIP, URL). – Незважаючи на постійний covfefe-негатив у пресі.;

(59) *Smellovision Gets a Refresh VR olfactory generators are just the latest scent across 150 years of aromatic tech history* (SGR, URL). – Система Smellovision оновлюється. Генератори запахів у віртуальній реальності – це нововведення за сто п'ятдесят років історії ароматичних технологій.;

(69) *Monohm is a small team of obsessed people working in Berkeley, California. In under a year, we designed, developed and prototyped Runcible, an entirely new class of mobile device, from the ground up* (MTWE, URL). – Monohm – це невелика команда одержимих людей, що працює в Берклі, Каліфорнія. Менш

ніж за рік ми спроектували, розробили та створили прототип багатофункціонального Runcible, – абсолютно нового класу мобільних пристроїв, з нуля.

У вищезазначених прикладах okazіonalіzmi збережено в оригінальному вигляді оскільки їх значення залишається невизначеним навіть в оригіналі. Більше того, відбувається лише часткова адаптація через доповнення додаткового пояснення.

Підсумовуючи усе вищезазначене, можна зробити висновок, що перекладачі використовують транслітерацію, транскрипцію, калькування та нульове транскодування як способи для досягнення еквівалентності у перекладі, передаючи при цьому зміст слів та демонструючи стилістичні особливості okazіonalіzmi в мас-медійному дискурсі.

Транслітерація допомагає зберегти графічну форму слова, транскрипція, в свою чергу, сприяє збереженню фонетичних особливостей okazіonalіzmi. Калькування дозволяє безпосередньо відтворити зміст слова або виразу, що безумовно, полегшує сприйняття нових концептів, а нульове транскодування зберігає оригінальні одиниці без змін, надаючи аудиторії доступ до нових термінів. Рис. 1.2 відображає розподіл способів досягнення еквівалентності у перекладі okazіonalіzmi в англійському мас-медійному дискурсі, де представлені чотири основні методи: транслітерація (7%), транскрипція (3%), калькування (9%) та нульове транскодування (3%).



*Рис. 1.2* Способи досягнення еквівалентності у перекладі оказіоналізмів в англomовному мас-медійному дискурсі

Таким чином, перекладачі мають обирати найбільш відповідний спосіб перекладу залежно від конкретної лексичної одиниці, враховуючи контекст, культурні та лінгвістичні особливості обох мов.

### **3.2 Застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій оказіоналізмів у перекладі текстів англійськомовного мас-медійного дискурсу.**

Англomовний мас-медійний дискурс являє собою складне мовленнєве середовище, що відображає не лише поточні події та тенденції, формує суспільну свідомість та культурні цінності, але й є насиченим новими лексичними одиницями. Як відомо, оказіоналізми є індивідуально-авторськими новоутвореннями, які виникають у певному контексті, та переклад яких є справжнім викликом для перекладача.

Переклад оказіоналізмів, як уже зазначалось раніше, є складним завданням, оскільки передбачає не лише відтворення структури слів, але й

збереження прагматичних функцій, зокрема, смислового та стилістичного навантаження, емоційного тону, передачу культурно зумовлених конотацій, вплив на реципієнта тощо. Безсумнівно, що у межах англомовного мас-медійного дискурсу, okazіоналізми відображають сучасні соціокультурні явища, глобальні тренди та інновації у сфері медіа, що вимагає від перекладача не лише лінгвістичної компетентності, але й глибокого розуміння культурного контексту. Крім того, okazіоналізми часто не мають аналогів у мові перекладу, що зумовлює необхідність застосування трансформацій для досягнення адекватності в перекладі. Звідси випливає, що доцільним є застосування таких перекладацьких трансформацій як експлікація (описовий переклад), модуляція (смиловий розвиток), а також утворення нових лексичних одиниць, яких не існує в мові перекладу.

Отже, розглянемо детальніше застосування перекладацьких трансформацій, які дозволяють зберегти прагматичні функції okazіоналізмів у перекладі англійськомовного мас-медійного дискурсу.

*Експлікація*, або *описовий переклад*, є однією з найбільш ефективних стратегій у тих випадках, коли у мові перекладу відсутній точний відповідник до okazіоналізму. Ця трансформація передбачає заміну okazіоналізму розгорнутим, детальним описом його значення, що дозволяє зберегти семантичне навантаження, при цьому точно передавши інформацію, закладену в оригінальному терміні. Застосування цієї трансформації допомагає чітко та зрозуміло донести думку до реципієнта, що є ключовим в контексті медіа. Більше того, експлікація адаптує okazіоналізми таким чином, щоб вони зберігали свій вплив на реципієнта, включаючи переконливість, інколи гумор або інші прийоми, що мають неабияке значення для комунікативної мети повідомлення. Для кращого розуміння того, як застосування описового перекладу функціонує на практиці, розглянемо конкретні приклади з англомовного мас-медійного дискурсу:

(3) *Obamaworld's Problem with the Progressive Left* (OPWPL, URL). – Проблема кола Обама з прогресивними лівими.

В українській мові не існує стандартного терміна або фрази, яка б точно відповідала англійському okazionalizmu. Термін (3) *Obamaworld* (OPWPL, URL) є специфічним і не має прямого аналогічного терміна в українській, тому його значення потрібно пояснити. «Коло Обама» чітко відображає ідею сфери впливу, соціальної групи або контексту, який асоціюється з Президентом Обамою, не викликаючи непорозуміння у реципієнта. Це пояснює також, що мається на увазі не фізичне місце, а соціально-політичне коло, з яким пов'язаний Президент Барак Обама.

(16) *Why would a "Scoxit" be horrible for Scotland?* – Чому відокремлення Шотландії від Сполученого Королівства може погано закінчитись?

Okazionalizm (16) *Scoxit* (WWSBHFS, URL) використовується для опису можливого виходу Шотландії з Великої Британії. Це словосполучення є специфічним для політичного контексту і, як правило, не має прямого еквівалента в інших мовах. Переклад, який включає пояснення «відокремлення Шотландії від Сполученого Королівства», робить сенс терміна *Scoxit* зрозумілим для української аудиторії. Без експлікації, слово *Scoxit* може бути неправильно сприйнятим, оскільки воно не є стандартним терміном в українській мові і може викликати певне непорозуміння.

Подібно до *Scoxit*, експлікація застосовується і в прикладах (32) ... *Hence the "Trumpmentum."* Voters say "Forget the RNC or DNC," and find us a candidate who wants to focus on America rather than power and money (TACBBI, URL). – ... Звідси і активна фаза передвиборчої кампанії Д. Трампа. Виборці кажуть: «Забудьте про Республіканський та з'їзд Демократичної партій. Знайдіть нам кандидата, який хоче зосередитися на Америці, а не на владі та грошах». і (39) Only 100 *Ukippers* act on party donor Arron Banks' call to infiltrate Tories and influence Brexit by voting out Theresa May (O100UAOPDABCTITIBBVOTM, URL). – Лише сто прихильників Партії незалежності Сполученого Королівства

відгукнулися на заклик партійного донора Арона Бенкса проникнути до Топі та вплинути на брексіт, проголосувавши проти Терези Мей.

Оказіоналізми в реченнях (28) *Poppuscock with an average flapdoodle reading of +10 million fiddle faddle* (CISQPOE, URL). – Нісенітниця із середнім абсурдним показником неточності +10 мільйонів дурних помилок.; (29) *This eliminates all the taradiddle about whether Pam should have that black topless cocktail dress and Tom the dress suit he is bound to grow out of* (FAMDPS, URL). – Це усуває усі дурниці про те, чи повинна Пем носити чорну коктейльну сукню топлес, а Том – костюм, з якого він обов’язково виросте.; (30) *The card in play determines what all players must do - say the colour of the word, read the word or stand up. Designed to bumfuzzle the brain* (B, URL). – Карта в грі визначає дію гравців – назвати колір слова, прочитати слово або встати. Створена для того, щоб спантеличити мозок. є сленговими словами, які можуть бути незрозумілі без додаткового пояснення, тож застосування експлікації є цілком доречним та виправданим під час перекладу.

(34) “*Genervacation is a wonderful idea. Older kids don’t need looking after. It gives you the opportunity to bond and take care of your parents at the same time.*” (HYTG, URL). – «Відпустка разом з дорослими дітьми – це чудова ідея. Старші діти не потребують догляду, тож це дає можливість зблизитися і водночас подбати про батьків».

Переклад оказіоналізма як «Відпустка разом з дорослими дітьми» точно передає його зміст та пояснює концепцію відпустки, в якій дорослі діти проводять час з батьками, що є важливим для правильного розуміння терміна. Використання експлікації дозволяє уникнути непорозумінь і забезпечити адекватне сприйняття українською аудиторією. Без такого пояснення термін міг би бути неясним або викликати плутанину, особливо якщо реципієнти не знайомі з концепцією «відпустки з дорослими дітьми».

Іншою трансформацією при перекладі оказіоналізмів є *модуляція*, або *смісловий розвиток*, яка передбачає зміну певних аспектів інформації, що, в

свою чергу, дозволяє зберегти основний сенс, комунікативний вплив та смислову насиченість оригіналу. Розглянемо декілька прикладів, які ілюструють застосування модуляції при перекладі okazionalizmів:

(6) *Many educrats make much of their income and build their reputations trying to fix the problems they themselves created with their dopey educational methodologies* (WDEM, URL). – Багато освітян заробляють більшу частину свого доходу і будують свою репутацію, намагаючись вирішити проблеми, які вони самі створили своїми недолугими освітніми методиками.

Переклад терміна (6) educrats (WDEM, URL) як «освітяни» є прикладом модуляції, оскільки тут відбувається не тільки зміна форми, але і часткова зміна значення. В українській мові «освітяни» є загальним терміном для осіб, які працюють в освіті, і цей переклад охоплює як педагогів, так і осіб, що займають керівні посади в сфері освіти.

(15) *“I totally Meghan Markled my ex last night and never returned his texts.”* (TMMNVHHTUI, URL). – Я остаточно покинула свого колишнього минулої ночі та не відповідала на його повідомлення.

Okazionalizm (15) Meghan Markle (TMMNVHHTUI, URL) є дієсловом, що походить від імені Меган Маркл та використовується для опису ситуації, в якій особа чи група осіб залишає або виходить з певної ситуації або організації подібно до того, як Меган Маркл залишила свої королівські обов’язки. Оскільки саме слово не має прямого перекладу, але його сенс можна передати через опис дії. Використання смислового розвитку дозволяє адаптувати поняття до реалій мови перекладу. У цьому випадку, термін «покинула» точно відображає дію, яку виконала Меган Маркл.

(67) *A quintessential quidnunc chronicles his continent-hopping capers as photographer to the stars and the royals* (BITS, URL). – Основні хроніки пліткаря описують його пригоди фотографа, який мандрує континентами і знімає зірок і королівських осіб.



У запропонованому реченні (67) *quidnunc* (BITS, URL) описує допитливу особу, яка завжди прагне дізнатися усі новини або плітки, а також активно слідкує за подіями, які можуть бути цікавими для широкої аудиторії. Застосування смислового розвитку при перекладі забезпечує точність і зрозумілість для української аудиторії, оскільки дозволяє реципієнтам краще зрозуміти, що мова йде про особу, яка активно шукає та документує новини.

(94) *He quizzaciously challenged his friends to a trivia game, confident in his knowledge* (BDWOTDQ, URL). – Будучи впевненим у своїх знаннях, він глузливо запропонував своїм друзям зіграти у вікторину.

У контексті речення, okazionalizm (94) *quizzaciously* (BDWOTDQ, URL) є зрозумілим і відповідним терміном в українській мові, «глузливо», який передає сенс оригінального слова без потреби в додаткових поясненнях. «Глузливо» означає не просто те, що щось зроблено в іронічному чи зневажливому стилі, але й включає додатковий відтінок легкого зневаги або жартівливого ставлення.

Третьою, та, не менш важливою трансформацією, що застосовується при перекладі okazionalizmів, є **утворення нових лексичних одиниць, яких не існує в мові перекладу**. У контексті англomовного мас-медійного дискурсу, перекладачі часто створюють нові лексичні одиниці у мові перекладу, забезпечуючи адекватність та смислове навантаження okazionalizmів. Застосування такого підходу дозволяє не лише передати основне значення терміна, але й зберегти певний емоційний та стилістичний відтінок, створюючи при цьому нові слова, що відповідають культурним та мовним особливостям мови перекладу та є більш точними відображеннями оригіналу. Проаналізуємо кілька яскравих прикладів, які демонструють, як використання цієї трансформації застосовується в процесі перекладу:

(71) *GYM HOLIC* – #corona #FitnessGoal #quarantine #socialdistancing (GH, URL) – Спортголік #корона #фітнесмета #карантин #соціальнодистанція

«Спортголік» є словом, утвореним шляхом комбінування слова «спорт» і суфікса «-голік», який є знайомим для української аудиторії і вказує на надмірне

захоплення або залежність, що робить okazіоналізм адекватним відповідником англійського “-holic”.

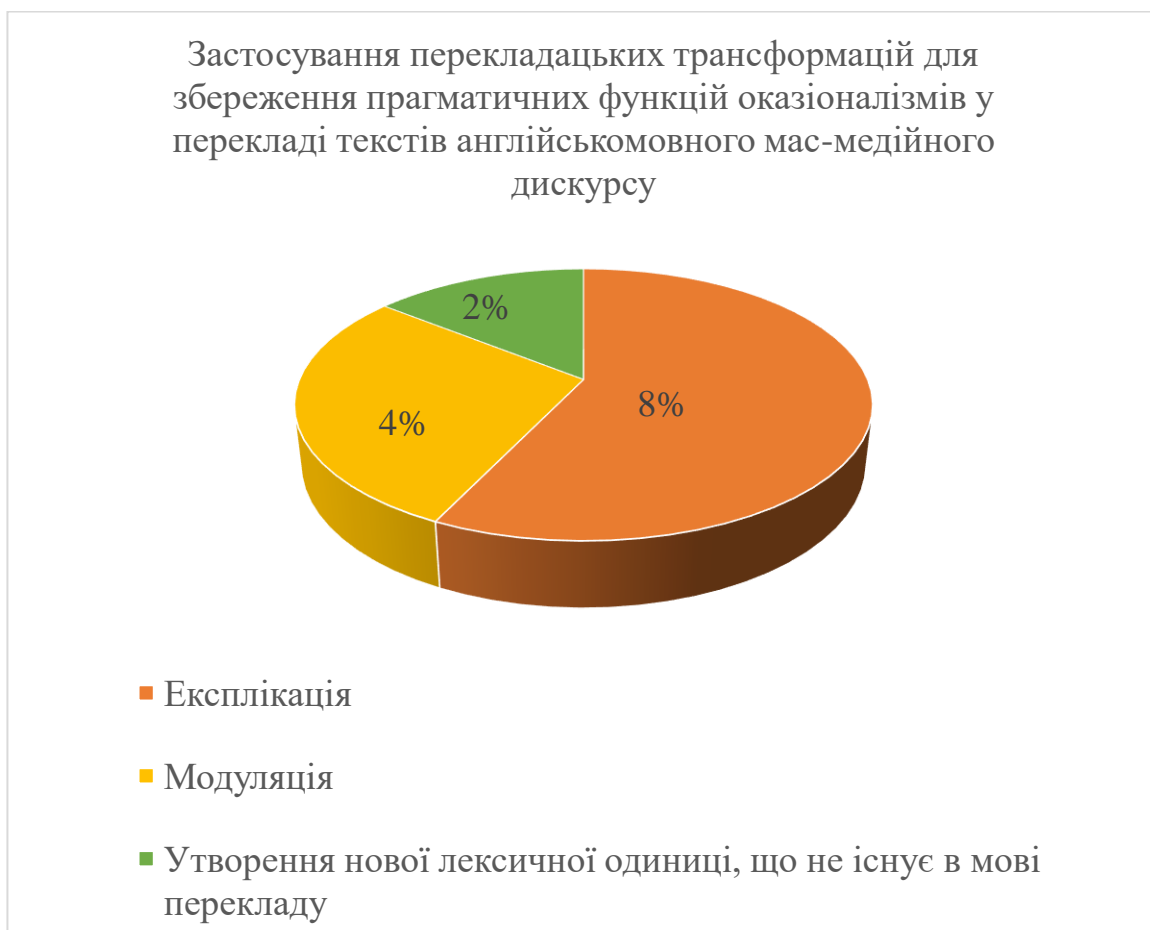
(86) *Staycation or Vacation? What are you choosing?* (SOVWAYC, URL) – Вдомікули чи справжні канікули? Що оберете?

В українській мові не існує точного терміна, який би точно відповідав англійському *staycation*. Переклад «вдомікули» зберігає основний сенс англійського *staycation*, використовуючи вже відомі українські слова та допомагає уникнути незрозумілості, яка могла б виникнути при використанні калькованого або дослівного перекладу.

Як бачимо, використання прийому утворення нових лексичних одиниць, що не існує в мові перекладу, не тільки забезпечує збереження семантичної та культурної складової okazіоналізмів, але й дозволяє максимально точно передати специфічний, зокрема і іронічний контекст, забезпечуючи точність та зрозумілість повідомлення.

Таким чином, дослідження особливостей перекладу okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі виявило, що ефективне відтворення прагматичних функцій okazіоналізмів вимагає цілого комплексу перекладацьких трансформацій, які є найбільш продуктивними стратегіями для передачі семантичного, стилістичного та прагматичного навантаження okazіоналізмів. Застосування експлікації, модуляції та утворення нових лексичних одиниць дозволяє не лише забезпечити адекватність перекладу, але й зберегти індивідуальний стиль автора, культурну специфіку та досягти бажаного комунікативного ефекту на реципієнта. Отримані результати свідчать про те, що переклад okazіоналізмів є творчим процесом, який вимагає від перекладача глибоких знань як мов, що беруть участь у перекладі, так і особливостей мас-медійного дискурсу. На Рис. 1.3 представлено розподіл основних трансформацій, що використовуються для забезпечення адекватності перекладу okazіоналізмів. Діаграма ілюструє, що найбільшу частку у процесі перекладу займає експлікація (8%), яка забезпечує найкраще збереження прагматичних функцій okazіоналізмів. Модуляція (4%) та утворення нових

лексичних одиниць, що не існує в мові перекладу (2%) використовуються рідше, але також є важливими інструментами для адаптації специфічних мовних одиниць до умов мови перекладу.



*Рис. 1.3* Застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій okazіоналізмів у перекладі текстів англійськомовного мас-медійного дискурсу

### Висновки до розділу 3

1. Проведений аналіз показує, що досить часто при перекладі okazіоналізмів в англійськомовному мас-медійному дискурсі застосовуються транслітерація, транскрипція, калькування та нульове транскодування, що демонструється на секторній діаграмі (Рис. 1.3). Використання **транслітерації** (7%) відображає прагнення перекладача зберегти графічну форму слова при його адаптації до українського алфавіту, та застосовується за умов, коли потрібно зберегти візуальну складову слова, та коли фонетичне відтворення не є

пріоритетом у перекладі. **Транскрипція** (3%) є не менш ефективним способом для досягнення еквівалентності при перекладі okazіоналізмів, оскільки свідчить про надання переваги відтворенню звучання okazіоналізмів в українській мові. **Калькування** (9%) займає найбільшу частку серед чотирьох представлених способів, що свідчить про прагнення перекладача зберегти семантичне значення слів, при цьому майже дослівно перекладаючи нові терміни. **Нульове транскодування** (3%) передбачає невтручання перекладача у структуру або значення okazіоналізмів, що свідчить про складність адаптації деяких новоутворених одиниць. Низький відсоток використання цього способу, однак, є беззаперечним доказом того, що повна відмова від перекладу okazіоналізмів зустрічається вкрай рідко та застосовується в особливих випадках, коли інші способи перекладу не відповідають вимогам контексту або не можуть бути адекватно реалізовані.

2. Діаграма, представлена на Рис. 1.3, є важливим візуальним узагальненням дослідження щодо застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій okazіоналізмів у перекладі текстів англійськомовного мас-медійного дискурсу. Аналіз показує, що **експлікація** або **описовий переклад**, є найбільш використовуваною трансформацією, складаючи 8% від загальної кількості застосованих методів, що підкреслює важливість збереження точного відтворення значення okazіоналізмів у тих випадках, коли в мові перекладу немає відповідного еквіваленту. **Модуляція** або **смісловий розвиток**, виявилась менш поширеною трансформацією при перекладі okazіоналізмів, та застосовувалась у 4% випадках, що вказує на її застосування у більш специфічних випадках, але не менш ключову роль в адаптації okazіоналізмів до особливостей мови перекладу. Найменш частотною трансформацією виявилось **утворення нових лексичних одиниць, що не існують в мові перекладу** (2%), що може бути пов'язано з її високою складністю та фактом того, що створення нових слів в мові перекладу потребує особливої

точності та креативності аби забезпечити відповідність оригінальному  
оказіоналізму.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що okazіоналізми є важливою складовою сучасного мас-медійного дискурсу, яка відіграє суттєву роль у розвитку мови, її збагаченні та адаптації до нових суспільних реалій. Okazіоналізми, як лексичні новоутворення, демонструють здатність мовної системи динамічно реагувати на зміни в різних сферах життя, таких як політика, економіка, технології та культура. Вони є важливим засобом творчого самовираження автора та передачі нових ідей, феноменів і реалій, що потребують нових мовних форм для їх позначення.

Аналіз okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі показав, що ці лексичні одиниці мають експресивний характер, здатні привертати увагу реципієнта і забезпечувати емоційний та креативний ефект у комунікації. Важливою особливістю okazіоналізмів є їхня тісна прив'язаність до конкретного контексту, через що вони можуть мати тимчасовий характер і не завжди закріплюються в мові як стандартні терміни.

У процесі перекладу okazіоналізмів необхідно застосовувати різні перекладацькі стратегії, такі як експлікація, модуляція, контекстуальна заміна, транскрипція, калькування та інші, з метою збереження значення, стилю та комунікативної функції оригіналу. При перекладі okazіоналізмів, перекладачі стикаються з численними викликами, оскільки okazіоналізми, як правило, не мають усталених еквівалентів у мові перекладу, тому їхнє адекватне відтворення вимагає не лише лінгвістичної, але й креативної майстерності.

Проведене дослідження дозволило детально проаналізувати стратегії, які використовують перекладачі для передачі okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі. Отримані дані свідчать про те, що перекладачі активно застосовують різноманітні способи еквівалентного відтворення okazіоналізмів, серед яких найпоширенішим є калькування (9%), транслітерація (7%), транскрипція (3%) та нульове транскодування (3%). Калькування дозволяє зберегти семантичну структуру оригіналу, транслітерація передає графічний образ слова за

допомогою відповідних літер, зберігаючи при цьому оригінальне написання слова, транскрипція передає звучання слова за допомогою літер з метою збереження вимови слова, а нульове транскодування зберігає автентичність слова, передаючи його у мову перекладу без будь-яких змін та створюючи ефект новизни та оригінальності.

Крім того, також вдалось детально проаналізувати стратегії, які використовують перекладачі для передачі прагматичних функцій okazіоналізмів у мас-медійному дискурсі. Отримані дані свідчать про те, що найефективнішим способом передачі семантичного, стилістичного та прагматичного навантаження okazіоналізмів є експлікація (8%). Цей прийом дозволяє розкрити прихований зміст okazіоналізму, забезпечуючи його адекватне розуміння реципієнтом. Модуляція (4%) та утворення нових лексичних одиниць, що не існує в мові перекладу (2%) також відіграють важливу роль у процесі перекладу, однак використовуються дещо рідше. Модуляція дозволяє адаптувати okazіоналізм до норм мови перекладу, зберігаючи при цьому його основне значення, а утворення нових лексичних одиниць – це творчий процес, який дозволяє створювати еквіваленти для унікальних okazіоналізмів.

Мас-медійний дискурс, у якому найчастіше використовуються okazіоналізми, є потужним інструментом впливу на громадську думку і відображає сучасні соціальні, політичні та культурні тенденції. Це середовище постійно змінюється під впливом технологій і глобалізації, що робить його одним із ключових напрямів для дослідження як у сфері лінгвістики, так і в перекладацькій практиці.

Отже, дослідження okazіоналізмів є важливим не лише для розуміння механізмів мовної еволюції, але й для ефективного вирішення перекладацьких завдань, пов'язаних з адаптацією нових мовних одиниць у контексті міжкультурної комунікації. Отримані результати дослідження відкривають нові перспективи для подальших досліджень у галузі перекладу, оскільки беззаперечним є той факт, що переклад okazіоналізмів є творчим процесом, який

вимагає від перекладача не лише знання мов, але й глибокого розуміння контексту, культури та прагматики.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бараненкова, Н. А., Литвин, С. В. (2014). Експлікація як спосіб перекладу безеквівалентної лексики науково-технічного стилю. *Вісник Національного технічного університету України Київський політехнічний інститут. Серія: Філологія. Педагогіка*, (4), 6-13.
2. Баранов, С. Ю. (2018). Проблематика перекладу okazіоналізмів у творах К. Воннегута. *N 34 Innovative approaches to the development of science [text]: Materials*, 125.
3. Бойчук, М. В., Бойчук, В. М. (2014). Okazіональна номінація як результат мовної гри в заголовках періодичних інтернет-видань. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство). Випуск 6'2014*
4. Бойчук, М. (2011). Параметризація поняття okazіоналізм. *Лінгвістичні студії*, (23), 8-12.
5. Болдирева, А. Є. (2019). Смісловий розвиток при перекладі. *Записки з романо-германської філології*, (2 (43)), 93-102.
6. Брітікова, К. В. (2007). Узуальне та okazіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії назв особи. *Харків: Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди*.
7. Василенко, А. Р., Статкевич, Л. П. (2022). Теоретичні аспекти метафори як засобу впливу в мас-медійному дискурсі. *ВЧЕНІ ЗАПИСКИ*, 12022108.
8. Власенко, І. (2020). Ключові аспекти аналізу авторської лексики у жанрі фентезі. *Актуальні питання гуманітарних наук*, (34 (1)), 151-156.
9. Вороніна, К. В. (2020). Okazіоналізми Дж. Джойса в українському перекладі. *Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, (91).

10. Гайданка, Д. В. (2015). Статус оказіональних утворень у системі англійської мови. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна*, (55), 51-53.
11. Гладка, В. А. (2009). Проблема відокремлення неологізмів від оказіональних утворень *Науковий вісник Чернівецького університету. Романо-слов'янський дискурс*, 484, 21-26.
12. Головач, Б. В. (2016). Особливості ідіолекту Дж. Роулінг та його переклад українською. *Littera Scripta Manet: збірка студентських наукових праць*, (2), 17-23.
13. Головенько, В. В., Залужна, О. О. (2020). Особливості вживання оказіоналізмів в оглядах українських страв та продуктів харчування (на матеріалі YouTube відео англійськомовних блогерів). *Студентського наукового товариства*, 130.
14. Гончарова, Т. Є. (2010). Оказіональне слово і контекст. *Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка/ТЄ Гончарова, АВ Білан*, 199-206.
15. Грушко, С. П. (2016). Особливості мовної свідомості сучасного мас-медійного дискурсу: лінгвістичний аспект. Retrieved from <http://elar.nung.edu.ua/bitstream/123456789/8314/1/7933p.pdf>
16. Денисова, І. В. (2013). Оказіональне слово як одна зі стилістичних особливостей жанру фентезі. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу Києво-Могилянська академія]. Сер.: Філологія. Мовознавство*, (216, Вип. 204), 31-35.
17. Дзюбіна, О. (2014). Диференціальні ознаки неологізмів і оказіоналізмів (на матеріалі художньої літератури та Інтернет-реклами англійської мови). *Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови*, (22), 78-84.
18. Доброштан Т. Особливості освоєння та перекладу безеквівалентних мовних одиниць: на прикладі російської мовної системи. Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку:

- тези III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Переяслав, 16 березня 2020 року) / Гол. ред. К. І. Мізін; ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». Переяслав, 2020. 230 с. (Електронна книга).
19. Дядечко, Л. А. (2009). Оказіоналізми в сучасних рекламних текстах: когнітивно-прагматичний і соціофункціональний аспекти. *Studia linguistica*, 76-83.
20. Єнчева, Г. Г., Зривець, В. О. (2024). Переклад авторських okazіоналізмів художнього твору. *Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика: збірник наукових праць / за заг. ред. Л. Г. Буданової, Г. Г. Єнчевої*. Київ, 2024. С. 33-39.
21. Засько, Д. (2020). Англomовні інновації соціальної мережі TWITTER: структурно-семантичний та перекладацький параметри. Retrieved from: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/2972/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%97%D0%B0%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE.pdf?sequence=1&isAllowed=n>
22. Карпушина, В. В. (2022). Переклад авторських okazіоналізмів художнього твору (на матеріалі англійської та української мов). Retrieved from: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/57302/1/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D1%83%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf>
23. Кеніч, Л. А., Сітко, А. В. (2017). Переклад запозичень в англійській науково-технічній літературі. *Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика*. X міжнар. Наук.-практ. конф., 7-8 квітня 2017 р.: тези доп. (с. 359-363). К. : НАУ.
24. Кириченко, О. А., Ступак, В. Г. (2016). Антонімічний переклад як ефективний прийом контекстуального перекладу лексичних одиниць. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]*. Філологічні науки, 2, 36-38.

25. Колоїз, Ж. В. (2002). До питання про диференціацію основних понять неології. *Вісник Запорізького державного університету: Філологічні науки*, (3), 78-83.
26. Колоїз, Ж. В. (2007). Морфологічні okazіоналізми, або okazіональні граматичні модифікації (на матеріалі морфологічних слів з частинимовним значенням предметності). *Актуальні проблеми філології і методики викладання мов : зб. наук. праць*, 5, 23-36.
27. Колоїз, Ж. В. (2007). Українська okazіональна деривація: [монографія]. К.: Акцент.
28. Колоїз, Ж. В. (2008). Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*, 1, 27–36.
29. Колоїз, Ж. В. (2009). Українська неологія: здобутки та перспективи. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер.: Філологія. Мовознавство*, (105, Вип. 92), 57-62.
30. Колоїз, Ж. В. (2012). Okazіоналізми в лексикографії. Філологічні студії. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*, (8), 97-114.
31. Колоїз, Ж. В. (2015). Неузале словотворення: монографія. Кривий Ріг : НПП Астерікс, 2015. 156 с.
32. Кочерган, М. П. (2001). Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. К.: Видавничий центр "Академія". 368 с. (Альма-матер)
33. Кузєбна, В. В. (2020) Структурні та словотвірні особливості okazіонізмів (на матеріалі твору Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь»). *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство): зб. наук. праць.. № 14. 222 с., 103-108.*

34. Куца, В. (2022). «Особливості okazіоналізмів у сучасній англійській мові: перекладацький аспект (на матеріалі роману Д. Мітчелла «Black Swan Green»)». *Молодий вчений*, № 1 (101): 162–65.
35. Кучерова, О. О. (2005). Плани змісту та повідомлення британського газетного новинного дискурсу (початок ХХІ століття). *Львів: ЛНУ*.
36. Ладоня, К. Ю. (2018). Неологізми в українській мові: сутність, визначення, принципи класифікації та функціонування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: філологія*, 38-40.
37. Лелет, І. О. (2023). Способи утворення okazіоналізмів в романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера Means of nonse words formation in Harry Potter novels by JK Rowling. *Філологічні студії*, 73.
38. Леонова, М. В. (1983). *Сучасна українська літературна мова: Морфологія*. Вища школа.
39. Лук'янова, Г. В. (2017). *Лексикологія англійської мови: конспект лекцій з курсу "Лексикологія англійської мови" для студ. вищ. навч. закл. / Харк. нац. пед. ун-т імені Г. С. Сковороди ; відпов. за вип. Т. А. Щєбликіна*. Харків: ХНПУ, 2017. 60 с.
40. Лютянська, Н. І. (2014). Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер.: Філологічні науки*, (2), 136-141.
41. Михайленко, О. А. (2014). Поняття “перекладацькі стратегії” як складова стратегічної компетенції. *Наукові записки [Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова]. Сер. : Педагогічні та історичні науки*, 121, 148-154.
42. Мішина, Д. (2022). Авторські okazіоналізми як проблема перекладу (на матеріалі трилогії Дж. РР Толкіна «Володар перснів»). Retrieved from: <https://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/160142>

43. Молодча, Н. С. (2011) Семантичні okazіоналізми в сучасному англomовному дискурсі (Автореферат дисертації кандидата філологічних наук: 10.02.04 «Германські мови»). Харків.
44. Мороз, А. А. Сутнісні виміри сучасного мас-медійного дискурсу. *Актуальні проблеми сучасної транслятології, лінгвокраїнознавства та теорії міжкультурної комунікації: збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю. Вінниця, 237.*
45. Нагорна, Ю. (2023). Функційно-стилістичні особливості індивідуально-авторських новотворів у текстах української постмодерної прози. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.*
46. Никитченко, К. П. (2021). Okazіоналізми в соціальних мережах: перекладознавчий аспект Nonce words in social networks: translation aspect. *Філологічні студії, 88.*
47. Ніколаєва, Т. М. (2018). Перекладацькі стратегії в англо-українському просторі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені ВІ Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації, (29 (68), № 1), 110-115.*
48. Новікова, Є. Б. (2018). Неологізм, okazіоналізм, потенційне слово: проблеми розмежування. *Лінгвістичні дослідження, (45), 97-102.*
49. Окуневич, Т. Г. (2016). Індивідуально-авторські неологізми в поезії Мілі Лучак. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика, 81-86.*
50. Пастрик, Т. В. (2006). Концептуальна модель продуктивного білінгвізму перекладача. *Збірник наукових праць Інституту психології ім. ГС Костюка, 8, 141-148.*
51. Підлужна, І. А., Сергієнко, М. С. (2019). Переклад okazіоналізмів у стилістично маркованих контекстах німецького медіа-публіцистичного

- дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Філологія*, 52-57.
52. Піотрович, Ю., Сітко, А. (2022). Особливості okazіоналізмів як виду онімів. *Grail of Science*, (21), 145-148.
53. Потапенко, С. І. (2008). Орієнтаційний простір сучасного англомовного медіа-дискурсу (досвід лінгвокогнітивного аналізу). Retrieved from <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/1373>
54. Потапенко, С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс як процес і результат конструювання реальності: лінгвокогнітивний підхід. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 275-281.
55. Романюк, О. Г. (2019). Okazіоналізми як елемент ідіостилю автора: перекладознавчий аспект (на матеріалі українськомовних перекладів творів Р. Дала). Retrieved from <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/487>
56. Сабан, О. В. (2018). Функційно-прагматичні особливості відепонімних okazіоналізмів та неологізмів у сучасній англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*, 2(69), 129-132.
57. Семигінівська, Т. Г., Михайленко, М. О. (2024). Переклад okazіоналізмів у виховних романах. In *The 8 th International scientific and practical conference “Innovative development of science, technology and education”* (May 9-11, 2024) Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2024. 775 p. (p. 582).
58. Сінна, Л. (2021). Відтворення комунікативного впливу при перекладі текстів масмедійного дискурсу. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*, (3 (102)).
59. Смолівський, І. (2022). Особливості перекладу лексичних інновацій сучасної аерокосмічної галузі. *Молодий вчений*, (12 (112)), 80-83.

60. Станіславчик, Ю. (2020). Функціонування та переклад okazіоналізмів у мультсеріалах. Retrieved from [http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16903/1/13\\_Stanislavchik.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16903/1/13_Stanislavchik.pdf)
61. Стишов, О. А. (2019). Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб. Біла Церква: «Авторитет». 198 с.
62. Тетеря, В. Особливості перекладу текстів ЗМІ. Іноземні мови ХХІ століття: професійні комунікації та діалог культур, 30.
63. Ткач, П. Б., Ведь, Т. М. (2018). Лексичні інновації в сучасному англomовному воєнно-політичному дискурсі та фактори впливу на їх створення. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки. Мовознавство*, (10), 142-144.
64. Турчак, О. М. (2005). Оказіоналізми в мові української преси 90-х років ХХ століття. *ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02. 01 «Українська мова*.
65. Турчак, О. М. (2013). Поняття "оказіоналізм" у мовознавчій літературі та його мовленнєва реалізація в українських періодичних виданнях кінця ХХ століття. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Філологічні науки*, 2, 299-305.
66. Фонар, Л. Лінгвостилістика фентезійного роману Дж. К. Ролінг «Фантастичні звірі і де їх шукати» в українському перекладі. *Актуальні проблеми філології і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі, Міжнародний журнал*. – Випуск 3, 238 с.
67. Цонинець, М. М. (2019). The peculiarities of translating occasionalisms (on the material of the novels «The time traveler's wife» by Audrey Niffenegger and «Divergent» by Veronica Roth). Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/48355>
68. Чорний, Г. Є. (2022). Способи перекладу okazіоналізмів у літературі фентезі. Retrieved from <https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/123456789/6755>



69. Чумак, Л. М. (2003). Класи інновацій у словотворі сучасної англійської мови. *ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (11), 211-213.
70. Шевлякова, Ю. О. (2013). Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англomовних он-лайн журналів для підлітків). *Наукові записки [Національного університету Острозька академія]. Сер.: Філологічна*, (38), 239-242.
71. Шумейко, О. А. (2011). Оказіоналізми як мовні засоби творення комічного в українській поезії II пол. ХХ ст. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*, (19, вип. 17 (3)), 179-184.
72. Шумило, Т. С. (2022). *Оказіональні новотвори як спосіб перекладу сучасної англomовної романтичної прози (на матеріалі романів Ніколаса Спаркса та Джоджо Мойєс)* (Master's thesis, Сумський державний університет).
73. Юрченко, Т. Г. (2003). Оказіоналізми у творчості П. Загребельного: структурносемантичний і стилістичний аспекти: Автореферат дис.... канд. філол. наук. Retrieved from <http://www.disslib.org/okazionalizmy-u-tvorchosti-pavla-zahrebelnoho-strukturno-semantychnyi-i.html>
74. Bauer, L. (2001). *Morphological productivity* (Vol. 95). Cambridge University Press.
75. Bennoui, A., Kellou, Y. (2020). Receiving media discourse translation. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 3(4), 18-25.
76. Carroll, L. (2003). Through the looking-glass and what Alice found there. *Uzorochje*.
77. Catford, J. C. (1978). *A Linguistic Theory of Translation*. Fifth Impression. Oxford: Oxford University Press, 103 p.
78. Chahbane, K., Chahbane, M. M., Zrizi, H. (2024). Translation of Media Discourse: Approaches and Strategies. *International Journal of Translation and Interpretation Studies*, 4(1), 24-32.

79. Dmytrenko, N. (2020). Media discourse as a component of the information space. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики: Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20–21 берез. 2020 р. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2020. – 274 с.
80. Hryshko, Y. (2022). Специфіка сприйняття читачами фонетичних okazionalizmів у структурі сучасного поетичного дискурсу. *Psycholinguistics* 31, № 2: 33–56.
81. Karpilovska, Y. (2021). Okazionalizmi v kognitivnomu prostori movy. *Prace Filologiczne*, 76(1), 231-243.
82. Khudoliy, A. (2021). Лінгвістичні особливості новотворів в американському варіанті англійської мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*, 11(79), 16-20.
83. Krings, H. P. (1986). Translation problems and translation strategies of advanced German learners of French (L2). *Interlingual and intercultural communication*, 272, 263.
84. Lehrer, A. (2007). *Blendalicious / Lexical Creativity, Texts and Contexts*. Amsterdam, Philadelphia, 115-133.
85. Litak, A. (2013). Author Neologisms in JRR Tolkien's Trilogy. The Lord of the Rings"(in Original and Translation)". *English Matters*, 4, 25-33.
86. Minich, L. (2020). Okazionalizmi yak основа синергетики ідіостилю Миколи Вінграновського. *Studia Ukrainica Posnaniensia*, 8(02), 45-55.
87. Mühleisen, S. (2010). Heterogeneity in word-formation patterns. *Heterogeneity in Word-Formation Patterns*, 1-264.
88. Munat, J. (2007). Lexical creativity as a marker of style in science fiction and children's literature. *Lexical creativity, texts and contexts*, 163-185.
89. Nagaitseva, N. I., & Romanov, Y. O. (2021). Occasional words as a linguistic phenomenon and expression of authors' selves.
90. Nazarova, G. (2023). The concept of media discourse and features of the organization of online news discourse. *Mental Enlightenment Scientific-Methodological Journal*, 4(6), 183-193.

91. Ryan, A. (2020). The ideology of translation vs translation procedures. *Applied Translation*, 14(2), 14-20.
92. Smirnova, E., Sadykova, A., Davletbaeva, D. (2014). The study of occasional words: theoretical aspect. *Life Science Journal*, 11(11), 532-535.
93. Tomášiková, S. (2008). Okkasionalismen in den deutschen Medien. Bočák, Michal/Rusnák, Juraj (Hg.): *Média a text II*. Prešove, 246-256.
94. Velasco, D. G. (2009). Innovative coinage. *Deconstructing Constructions*.
95. Yaguello, M. (1998). *Language through the looking glass: Exploring language and linguistics*. Oxford University Press.
96. Yemelyanova, O. V., Shulik, S. M. (2016). Pragmatic potential of occasional innovations in mass media discourse. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологічна*, (61), 8-1

### СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. (СЛТ) — Ганич, Д. І., Олійник, І. С. Словник лінгвістичних термінів. Вища школа, 1985.
2. (УМКТСЛТ) — Єрмоленко, С. Я. Українська мова: Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. Либідь, 2001.
3. (СЛТЕ) — Селіванова, О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія, 2006.
4. (УМЕ) — Українська мова : енциклопедія / НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В. М. Русанівський [та ін.]. — Вид. 2-ге, випр. і допов. — Київ: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. — 820, [2] с. : іл

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

(BRTPYPPF) – Brexit red tape is ‘price you pay’ for freedom, UK minister insists. Retrieved from <https://www.politico.eu/article/brexit-red-tape-freedom-uk-minister-andrea-leadsom/>

(JLBART) – Jennifer Lopez and Ben Affleck's Relationship Timeline. Retrieved from <https://people.com/movies/jennifer-lopez-ben-affleck-relationship-timeline/>

(OPWPL) – Obamaworld's Problem with the Progressive Left. Retrieved from <https://rosselliotbarkan.com/p/obamaworlds-problem-with-the-progressive>

(WDECS) – ‘Warbreaker’ delivers exciting, creative story. Retrieved from <https://www.deseret.com/2009/6/14/20323203/warbreaker-delivers-exciting-creative-story/>

(OBMISHBPDAB) – Our Big Mac index shows how burger prices differ across borders. Retrieved from <https://www.economist.com/big-mac-index>

(WDEM) – What does educrat mean? Retrieved from <https://www.wordsense.eu/educrat/>

(TTT) – Two Twenty Twelve. Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/programmes/p00qsr82>

(SAC) – Securities Arbitration Commentator. Retrieved from <https://www.sec.gov/files/rules/sro/finra/2023/34-98703-ex2c.pdf>

(BBYWTG) – Biden, Blinken, Yellen — what is this, a gerundocracy? Retrieved from <https://twitter.com/ajbauer/status/1330968713747705856>

(TNMBME) – The News Media’s Business Model of Extortion. Retrieved from <https://www.promarket.org/2019/02/12/the-news-medias-business-model-of-extortion/>

(DJT) – So sorry to hear the news about Jeff Bozo being taken down by a competitor whose reporting, I understand, is far more accurate than the reporting in his lobbyist newspaper, the Amazon Washington Post. Hopefully the paper will soon be placed in better & more responsible hands! Retrieved from <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1084627451983073280>

(COYLHLNTTIP) – Covfefe, one year later: How a late-night Trump tweet turned into a phenomenon. Retrieved from <https://www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2018/05/31/covfefe-one-year-anniversary-donald-trumps-confusing-tweet/659414002/>

(MGMFQD) – Murray Gell-Mann, father of quarks, dies. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/d41586-019-01689-3>

(FISFSLBC) – freegan.info. Strategies for sustainable living beyond capitalism. Retrieved from <https://freegan.info/>

(TMMNVHHTUI) – 'To Meghan Markle' is now a verb – here's how to use it. Retrieved from <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/jan/24/to-meghan-markle-verb-how-to-use-it>

(WWSBHFS) – Why would a "Scoxit" be horrible for Scotland? Retrieved from [https://www.reddit.com/r/geopolitics/comments/f82k1t/why\\_would\\_a\\_scoxit\\_be\\_horrible\\_for\\_scotland/?rdt=40622](https://www.reddit.com/r/geopolitics/comments/f82k1t/why_would_a_scoxit_be_horrible_for_scotland/?rdt=40622)

(SWS) – Snowmageddon, the Winter Storms of 2010. Retrieved from <https://www.loudounhistory.org/history/winters-2010-snowmageddon/>

(RRMRITUSCEAJE) – Risk-reducing mastectomy rates in the US: a closer examination of the Angelina Jolie effect. Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29808287/>

(NAFPP) – New Airline Flies Pet 'Paw-sengers'. Retrieved from [https://www.educationworld.com/a\\_lesson/newsforyou/pdfs/newsforyou142a-download.pdf](https://www.educationworld.com/a_lesson/newsforyou/pdfs/newsforyou142a-download.pdf)

(PLOWPHTITPFE) – Pawtraits of love: The owners who paid hundreds to immortalise their pets for ever. Retrieved from <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-499275/Pawtraits-love-The-owners-paid-hundreds-immortalise-pets-ever.html>

(OSTI3DCB) – Offworlder Sculpting and Texturing in 3D Coat for Blender. Retrieved from <https://www.udemy.com/course/offworlder-sculpting-and-texturing-in-3d-coat-for-blender/>

(PC9TPF690NWTDITMWDI2023) – Perfectly cromulent: 9 top picks from the 690 new words that debuted in the Merriam-Webster dictionary in 2023. Retrieved from <https://www.scmp.com/yp/discover/lifestyle/features/article/3247620/perfectly-cromulent-9-top-picks-690-new-words-debuted-merriam-webster-dictionary-2023>

(WHG) – What the Heck is a Granfalloon? Retrieved from <https://granfalloon.indiana.edu/what-the-heck/index.html>

(FTIFOE) – Frenchified: The Influence of French on English. Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/programmes/b08lh6r1>

(OWT) – Overview wug test. Retrieved from <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803125127433>

(SVBD) – Screenshot of our virtual blicket detector. Retrieved from [https://www.researchgate.net/figure/Screenshot-of-our-virtual-blicket-detector-Children-can-interact-with-the-blicket\\_fig1\\_358762171](https://www.researchgate.net/figure/Screenshot-of-our-virtual-blicket-detector-Children-can-interact-with-the-blicket_fig1_358762171)

(TNII) – Television News: Information or Infotainment? Retrieved from <https://imprimis.hillsdale.edu/television-news-information-or-infotainment/>

(CISQPOE) – Could I Survive the ‘Quietest Place on Earth’? Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/11/23/magazine/quiet-chamber-minneapolis.html>

(FAMDPS) – From the archive, 31 December 1954: Making a 'difficult' party succeed. Retrieved from <https://www.theguardian.com/theguardian/2010/dec/31/archive-making-difficult-party-succeed>

(B) – Bumfuzzle. Retrieved from <https://www.harryhartog.com.au/products/ginger-fox-bumfuzzle>

(CWTFTV) – Coronacation: What is the Future of Travel and Vacation? Retrieved from <https://sultanpalace.co.ke/Coronacation-What-is-the-Future-of-Travel-and-Vacation.php>

(TACBBJ) – Trumpmentum! A Commentary By Brian Joondeph. Retrieved from [https://www.rasmussenreports.com/public\\_content/political\\_commentary/commentary\\_by\\_brian\\_joondeph/trumpmentum](https://www.rasmussenreports.com/public_content/political_commentary/commentary_by_brian_joondeph/trumpmentum)

(TEIAFGTCUIGIOMOWD) – This Easter, I’m all for giving to charitable causes. Unless I’m guilt-tripped into it on my own doorstep. Retrieved from <https://www.independent.co.uk/voices/charity-easter-weekend-doorstep-elderly-vulnerable-people-guilt-trip-a8878376.html>

(HYTG) – Have you taken a genervacation? Retrieved from <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/travel/have-you-taken-a-genervacation/articleshow/51455436.cms>

(HTRTZIRL) – How to Respond to a “Zoombombing” In Real Time. Retrieved from <https://diversity.tufts.edu/resources/how-to-respond-to-a-zoombombing-in-real-time/>

(RCTFPBAANBOVL) – Remember ‘Covidiot’ and the first protests by ‘anti-vaxxers’? -- A new book on 'Viral Language'. Retrieved from <https://www.lancaster.ac.uk/linguistics/news/remember-covidots-and-the-first-protests-by-anti-vaxxers-a-new-book-on-viral-language>

(WWB) – What Was Brangelina? Retrieved from <https://www.vulture.com/2022/10/brad-pitt-angelina-jolie-brangelina.html>

(FWTMORWTRNL) – ‘Fexting’ — the word that makes our relationship with texting reach a new level. Retrieved from <https://www.telegraphindia.com/science-tech/fexting-the-word-that-makes-our-relationship-with-texting-reach-a-new-level/cid/1867933>

(O100UAOPDABCTITIBBVOTM) – Only 100 Ukipers act on party donor Arron Banks’ call to infiltrate Tories and influence Brexit by voting out Theresa May. Retrieved from <https://www.thesun.co.uk/news/7160743/only-100-ukippers-act-on-party-donor-arron-banks-call-to-infiltrate-tories-and-influence-brexit-by-voting-out-theresa-may/>

(RFFFWRP) – Romance fraud: fighting fauxmance with real partnerships. Retrieved from <https://www.ukfinance.org.uk/news-and-insight/blogs/romance-fraud-fighting-fauxmance-real-partnerships>

(FSIATPUS) – Finstagram – a secret Instagram account to post ugly selfies. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/shortcuts/2017/feb/21/finstagram-secret-instagram-account-post-ugly-selfies>

(MEIOSC) – Mansplaining, explained in one simple chart. Retrieved from <https://www.bbc.com/worklife/article/20180727-mansplaining-explained-in-onechart>

(WAC) – Who's afraid of Corbynomics? Retrieved from <https://www.dw.com/en/whos-afraid-of-corbynomics/a-51264761>

(HTSFABRF) – How to Spot a Frenemy—And Be a Real Friend. Retrieved from <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2024/01/frenemy-machiavellianism-friendship-happiness/677159/>

(INJYLHULIBSS) – It's Not Just You: Lockdowns Had Us Living in “Blursday,” Study Says. Retrieved from <https://www.the-scientist.com/it-s-not-just-you-lockdowns-had-us-living-in-blursday-study-says-70422>

(ZTRZB) – Zumping: the rise of Zoom breakups. Retrieved from <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/shortcuts/2020/apr/13/zumping-the-rise-of-zoom-breakups>

(HTSSWYEWYWM) – How to Smize (Smile With Your Eyes) When You're Wearing a Mask. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/smize-mask-coronavirus-pandemic-covid-tyra-banks-reopen-restaurants-11598463705>

(WCBTSATUSD) – Word created by The Simpsons added to US dictionary. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/newsbeat-43298229>

(TTLMPTSCGBTF) – Tasty Tuesday: Lasterday Market proves that southern comfort goes beyond the food. Retrieved from <https://www.wsls.com/features/2020/06/23/tasty-tuesday-lasterday-market-proves-that-southern-comfort-goes-beyond-the-food/>

(MTLCATV) – Meet the latest COVID annoyance: The vaxinista. Retrieved from <https://www.chicagotribune.com/2021/04/15/meet-the-latest-covid-annoyance-the-vaxinista/>



(NMCTD) – Never miss a chance to dance! Retrieved from <https://www.showbiztalent.com/about/>

(T) – Toryism. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/uk/dictionary/english/toryism>

(CT) – Cat Nipper. Retrieved from <https://www.melvinmcgee.com/cat-nipper/>

(CEEPWHCRIS) – Cost-Effectiveness of Evolocumab in Patients with High Cardiovascular Risk in Spain. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/309597647\\_CostEffectiveness\\_of\\_Evolocumab\\_in\\_Patients\\_with\\_High\\_Cardiovascular\\_Risk\\_in\\_Spain](https://www.researchgate.net/publication/309597647_CostEffectiveness_of_Evolocumab_in_Patients_with_High_Cardiovascular_Risk_in_Spain)

(HQTPDCTHSLMSPBR) – High quality training and professional development (CPD) courses to help senior leaders, management and staff perform better in role. Retrieved from <https://concrew-training.co.uk/>

(C) – Copywrong. Retrieved from <https://www.cjr.org/author/robert-levine>

(D) – De-gnoming. Retrieved from <https://harrypotter.fandom.com/wiki/De-gnoming>

(SNKHTTF) – SNK Heroines: Tag Team Frenzy. Retrieved from <https://psnprofiles.com/trophy/7791-snk-heroines-tag-team-frenzy/29-even-more-sand-sculptures-for-my-collection-mwahaha>

(SGR) – Smellovision Gets a Refresh. Retrieved from <https://spectrum.ieee.org/virtual-reality-smell>

(LCATCLSITSH) – Lights, Camera, Action: The Cinerama LAND Sale in The Sandbox is Here! Retrieved from <https://www.sandbox.game/en/blog/lights-camera-action-the-cinerama-land-sale-in-the-sandbox-is-here/3383/>

(IIHMGMSUITUDTS) – Incredible Ipaders! Help me give my students an updated Ipad to use during therapy sessions. Retrieved from <https://www.elektronauts.com/t/ipad-music-apps/31997/3686>

(HTGLUIC) – How this Googler lifts up Indigenous communities. Retrieved from <https://blog.google/outreach-initiatives/diversity/tech-indigenous-communities/>

(GAJOMPS) – Gnomeo and Juliet – Original Motion Picture Soundtrack. Retrieved from <https://open.spotify.com/album/1SyOCUwocTruZYiY709ZjJ>

(10BNR) – 10 Basic Netiquette Rules. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/ten-rules-of-netiquette-22285>

(THTCSCA) – Twitter home of the Chortle Student Comedy Award. Retrieved from <https://twitter.com/studentcomedy>

(#JW) – #jabberwocky. Retrieved from <https://www.instagram.com/explore/tags/jabberwocky/>

(BITS) – Beaton in the sixties. Retrieved from <https://www.kirkusreviews.com/book-reviews/cecil-beaton/beaton-in-the-sixties/>

(GSPDLI) – Gary Stager, Ph.D. LinkedIn. Retrieved from [https://www.linkedin.com/posts/garystager\\_dan-and-i-dont-always-agree-but-im-grateful-activity-7153454711419928577-otJw/](https://www.linkedin.com/posts/garystager_dan-and-i-dont-always-agree-but-im-grateful-activity-7153454711419928577-otJw/)

(MTWE) – Monohm Third Wave Electronics. Retrieved from <http://mono.hm/>

(TPOL) – The Pompatus of Love? Retrieved from <https://www.scotworkusa.com/negotiation-blog/2023/the-pompatus-of-love/>

(GH) – Gym Holic #corona #FitnessGoal #quarantine #socialdistancing. Retrieved from <https://www.facebook.com/1685478828364353/photos/a.1733849496860619/2639417112970515/?type=3>

(HGLF) – Happy Grow Lucky Farms. Retrieved from <https://www.facebook.com/happygrowluckyfarms/>

(OAMAMHDSTSNBISPMFACW) – Ommm... Aargh. Meditation and mindfulness have a dark side that should not be ignored, say psychologists Miguel Farias and Catherine Wikholm. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026240791530358>

(DTOWPS) – Discover training opportunities with Peopleology Skill. Retrieved from <https://www.peoplecert.org/ways-to-get-certified/ato/peopleology-skill-sdn-bhd-1696485>

(ISJTGSAITHB) – iCon Steve Jobs: The Greatest Second Act in the History of Business. Retrieved from <https://www.amazon.com/iCon-Steve-Jobs-Greatest-Business/dp/0471787841>

(HTWT) – How to Write a Tweetstorm. Retrieved from <https://www.animalz.co/blog/how-to-write-a-tweetstorm/>

(PYDPA) – Podcastify - Your Daily Podcast App. Retrieved from <https://github.com/bangkitdc/podcastify>

(WGA8OWONW) – ‘Wug,’ ‘Gostak,’ and 8 Other Weird Old Nonce Words. Retrieved from <https://www.mentalfloss.com/posts/nonce-words>

(TCOTN) – The curse of the “nonversation”! Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/curse-nonversation-alex-crow/>

(WIPI) – What is pre-inheritance? Retrieved from <https://mycontinuum.co.uk/what-is-pre-inheritance/>

(HESAF) – Hi ESA fam! Retrieved from <https://www.instagram.com/esaaagram/p/C4NDG6lyYvb/>

(AIWCG) – An Interview with Catherine Graham. Retrieved from <https://pinholepoetry.ca/an-interview-with-catherine-graham-2/>

(CCTOOWACDATCC) – Crochet Classes that occur once a week and cover different aspects of the Crochet Craft. Retrieved from [https://www.facebook.com/makisode/posts/pfbid02FZBFDPqojnzgmJTNZ5Je1bxZZEQcA8ZHD6ybNZzH3xrGWDUvksjeCytqUKfjni4DI?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/makisode/posts/pfbid02FZBFDPqojnzgmJTNZ5Je1bxZZEQcA8ZHD6ybNZzH3xrGWDUvksjeCytqUKfjni4DI?locale=uk_UA)

(QBGTAGATISD) – Quarantini Black Gin turns any gin and tonic into a showstopping drink. Retrieved from [https://www.worldshop.eu/en/quarantini-black-gin-0-5l-42-0-abv-germany-1765647/?p=NxaL\\_bwRFLM](https://www.worldshop.eu/en/quarantini-black-gin-0-5l-42-0-abv-germany-1765647/?p=NxaL_bwRFLM)

(FIATLYFGAALSYPFBOEAVAWWM) – Fitster is an app that lets you find gyms at any location, select your perfect fit based on equipment and vibe, and workout without a membership! Retrieved from [https://www.instagram.com/fitster\\_official/](https://www.instagram.com/fitster_official/)

(SOVWAYC) – Staycation or Vacation? What are you choosing? Retrieved from <https://www.instagram.com/reel/C71sfhYumdG/>

(NCWTNWOC) – Normcore coffee is the new wave of coffee culture. Retrieved from <https://alternativebrewing.com.au/collections/normcore>

(WTCAAWLI) – What Is The Cottagecore Aesthetic? And Why We Love It. Retrieved from <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-cottagecore/>

(THTKYS) – Tinder: How They Keep You Swiping. Retrieved from <https://marjon-journalism.shorthandstories.com/tinder-how-they-keep-you-swiping/index.html>

(HTAMMAB) – How to Avoid Maskne (Mask Acne) Breakouts. Retrieved from <https://www.healthline.com/health/maskne>

(BOW) – Beauty on Wheels. Retrieved from <https://www.glambulancekent.co.uk/>

(IOIWIYP) – Internet or Internot: What is Your Policy? Retrieved from <https://www.projectmanagement.com/articles/338886/internet-or-internet--what-is-your-policy->

(S) – Snorfle. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Snorfle>

(BDWOTDQ) – BD: Word of the Day – Quizzaciously. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=cRtrk46Sa74&ab\\_channel=BD%3AWordoftheDay](https://www.youtube.com/watch?v=cRtrk46Sa74&ab_channel=BD%3AWordoftheDay)

(MTAWNYZS) – Mistakes to Avoid When Naming Your Zazzle Store. Retrieved from <https://elkeclarke.com/naming-your-zazzle-store/>

(RAPFG) – Refinished and Painted Furniture Gallery. Retrieved from <https://nativenomadinc.com/refinished-and-painted-furniture-gallery/>

(F) – Frabble. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Frabble>

(BGKITJSHSH) – Bill got kicked in the junk so hard he squaddled himself. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=squaddle>

(TISPTDGAWOPATDLH) – Tuddle is a shy pan that doesn't get along with other pans, as they don't like him. Retrieved from <https://miaandme.fandom.com/wiki/Tuddle>

(SCTBASDT) – She continued to blibber about several different things. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=blibbers>

## ДОДАТКИ

## Оказіоналізми у новинах та соціальних мережах та їх відтворення в українськомовному перекладі

	Текст оригіналу	Текст перекладу
1.	<i>Brexit red tape is 'price you pay' for freedom, UK minister insists (BRTYPPFF, URL).</i>	Бюрократія у зв'язку з <u>брекзит</u> – це «ціна, яку ви платите» за свободу, наполягає британський міністр.
2.	<i>From the beginning of "<u>Bennifer</u>" to their second engagement, here's a complete breakdown of Jennifer Lopez and Ben Affleck's relationship (JLBART, URL).</i>	Від початку <u>Бенніфер</u> до їхніх других заручин – повний розбір стосунків Дженніфер Лопес і Бена Аффлека.
3.	<i><u>Obamaworld's</u> Problem with the Progressive Left (OPWPL, URL).</i>	<u>Проблема</u> кола <u>Обами</u> з прогресивними лівими.
4.	<i>'<u>Warbreaker</u>' delivers exciting, creative story (WDECS, URL).</i>	« <u>Вбивця війн</u> » – це захоплива, креативна історія.
5.	<i><u>Burgernomics</u> was never intended as a precise gauge of currency misalignment, merely a tool to make exchange-rate theory more digestible (OBMISHBPDAB, URL).</i>	<u>Бургерноміка</u> ніколи не була задумана як точний вимірювач валютних розбіжностей, а лише як інструмент, щоб зробити теорію валютного курсу більш сприйнятливою.
6.	<i>Many <u>educrats</u> make much of their income and build their reputations trying to fix the problems they themselves created with their dopey educational methodologies (WDEM, URL).</i>	Багато <u>освітян</u> заробляють більшу частину свого доходу і будують свою репутацію, намагаючись вирішити проблеми, які вони самі створили своїми недолугими освітніми методиками.

7.	<i>Jubilympics – and Siobhan are on their way to Clarence House to discuss possible branding options for combining the 2012 Olympics and the Queen's Diamond Jubilee. Ian is not impressed that Siobhan has only got a Plan A (TTT, URL).</i>	Діамантова Ювілейна Олімпіада – Іан та Шівон їдуть до Кларенсгаусу, щоб обговорити можливі варіанти брендингу для поєднання Олімпійських ігор 2012 року та Діамантового ювілею королеви Єлизавети II. Іана не вразило, що Шівон має лише план А.
8.	<i>As a result, customer arbitration has lost much of its informality and become increasingly “lawyerfied,” so that today it is nearly as procedural, protracted—and expensive—as real litigation (SAC, URL).</i>	Як наслідок, клієнтський арбітраж втратив значну частину своєї неформальності і стає все більш «юрідизованим», так що сьогодні він є майже таким же процесуальним, затяжним та дорогим, як і справжній судовий розгляд.
9.	<i>Biden, Blinken, Yellen — what is this, a gerundocracy? (BBYWTG, URL)</i>	Байден, Блінкен, Єллен – це що, <u>герундократія</u> ?
10.	<i>My ownership of the Washington Post is a <u>complexifier</u> for me (TNMBME, URL).</i>	Моє володіння газетою Washington Post <u>ускладнює</u> мені життя.
11.	<i>So sorry to hear the news about Jeff <u>Bozo</u> being taken down by a competitor whose reporting, I understand, is far more accurate than the reporting in his lobbyist newspaper, the Amazon Washington Post. Hopefully the paper will soon be</i>	Дуже шкода чути новини про те, що Джефф <u>Бозо</u> був принижений конкурентом, чий репортажі, як я розумію, набагато точніші, ніж репортажі в його лобістській газеті, Amazon Washington Post. Сподіваюся, газета незабаром

	<i>placed in better &amp; more responsible hands!</i> (DJT, URL)	перейде в кращі та відповідальніші руки!
12.	<i>Despite the constant negative press <u>covfefe</u></i> (COYLHLNTTTTIP, URL).	Незважаючи на постійний <u>covfefe</u> у пресі.
13.	<i>Murray Gell-Mann, one of the founders of modern particle physics, died on 24 May, aged 89. Gell-Mann's most influential contribution was to propose the theory of <u>quarks</u> — fundamental particles that make up most ordinary matter</i> (MGMFQD, URL).	Маррі Гелл-Ман, один із засновників сучасної фізики елементарних частинок, помер 24 травня у віці 89 років. Найвпливовішим внеском Гелл-Мана була пропозиція теорії <u>кварків</u> — фундаментальних частинок, з яких складається більшість звичайних матерій.
14.	<i>We as <u>Freegans</u> employ alternative strategies for living that are based on limited participation in the conventional economy and minimal consumption of resources</i> (FISFSLBC, URL).	Будучи <u>фріганами</u> , ми використовуємо альтернативні стратегії життя, які базуються на обмеженій участі у традиційній економіці та мінімальному споживанні ресурсів.
15.	<i>"I totally <u>Meghan Markled</u> my ex last night and never returned his texts."</i> (TMMNVHHTUI, URL).	Я остаточно <u>покинула</u> свого колишнього минулої ночі та не відповідала на його повідомлення.
16.	<i>Why would a "<u>Scoxit</u>" be horrible for Scotland?</i> (WWSBHFS, URL)	Чому <u>відокремлення Шотландії від Сполученого Королівства</u> може погано закінчитись?
17.	<i>The storm, which President Obama referred to as "<u>Snowmagedon</u>" in a speech before the Democratic National Committee winter meeting,</i>	Шторм, який президент Обама назвав « <u>Снігомагеддон</u> » у своїй промові перед зимовими зборами Демократичного національного



	<i>has already set the all-time record for heaviest snowfall in Delaware history</i> (SWS, URL).	комітету, встановив рекорд за кількістю снігопадів в історії штату Делавер.
18.	<i>Risk-reducing mastectomy rates in the US: a closer examination of the Angelina Jolie effect</i> (RRMRITUSCEAJE, URL).	Рівень мастектомії, що знижує ризик у США: детальніше про ефект Анджеліни Джолі.
19.	<i>New Airline Flies Pet 'Paw-sengers'</i> (NAFPP, URL).	Нова авіакомпанія перевозить домашніх <u>пасажиролапиків</u> .
20.	<i>Pawtraits of love: The owners who paid hundreds to immortalise their pets for ever</i> (PLOWPHTITPFE, URL).	<u>Лапкопортрети</u> : Власники, які заплатили сотні тисяч, щоб увіковічнити своїх улюбленців назавжди.
21.	<i>Offworlder Sculpting and Texturing in 3D Coat for Blender</i> (OSTI3DCB, URL).	Скульптування і текстурування <u>інопланетянина</u> у 3DCoat для Blender.
22.	<i>Perfectly cromulent: 9 top picks from the 690 new words that debuted in the Merriam-Webster dictionary in 2023</i> (PC9TPF690NWTDTITMWDI2023, URL).	Бездоганно <u>автентичні</u> : 9 найкращих варіантів із 690 нових слів, які дебютували у словнику Merriam-Webster у 2023 році.
23.	<i>What the Heck is a Granfalloon?</i> (WHG, URL)	Хто, в біса, такий <u>Гранфалун</u> ?
24.	<i>Frenchified: The Influence of French on English</i> (FTIFOE, URL).	<u>Офранцуження</u> : Вплив французької мови на англійську.
25.	<i>A child is presented with an imaginary object and is told, 'This is a wug'</i> (OWT, URL).	Дитині показують уявний предмет і кажуть: «Це <u>вуг</u> ».

26.	<i>Children can interact with the <u>blicket</u> detector through a touch interface on an iPad, or through a point and click interface on any web-enabled machine (SVBD, URL).</i>	Діти можуть взаємодіяти з детектором, що реагує на <u>блікет</u> через сенсорний інтерфейс на iPad або через інтерфейс «вклади і клацни» на будь-якому пристрої з доступом до Інтернету.
27.	<i>Television News: Information or <u>Infotainment?</u> (TNII, URL)</i>	Телевізійні новини: Інформація чи <u>Інфорозвага?</u>
28.	<i>Poppycock with an average <u>flapdoodle</u> reading of +10 million fiddle faddles (CISQPOE, URL).</i>	Нісенітниця із середнім <u>абсурдним</u> показником неточності +10 мільйонів дурних помилок.
29.	<i>This eliminates all the <u>taradiddle</u> about whether Pam should have that black topless cocktail dress and Tom the dress suit he is bound to grow out of (FAMDPS, URL).</i>	Це усуває усі <u>дурниці</u> про те, чи повинна Пем носити чорну коктейльну сукню топлес, а Том – костюм, з якого він обов'язково виросте.
30.	<i>The card in play determines what all players must do - say the colour of the word, read the word or stand up. Designed to <u>bunfuzzle</u> the brain (B, URL).</i>	Карта в грі визначає дію гравців – назвати колір слова, прочитати слово або встати. Створена для того, щоб <u>спантеличити</u> мозок.
31.	<i><u>Coronacation</u>: What is the Future of Travel and Vacation? (CWTFTV, URL)</i>	<u>Коронаканікули</u> – чи є майбутнє у подорожей та відпусток?
32.	<i>... Hence the "<u>Trumpmentum</u>." Voters say "Forget the RNC or DNC," and find us a candidate who wants to focus on America rather than power and money (TACBBJ, URL).</i>	... Звідси і <u>активна фаза</u> передвиборчої кампанії Д. Трампа. Виборці кажуть: «Забудьте про Республіканський та з'їзд Демократичної партій. Знайдіть нам

		кандидата, який хоче зосередитися на Америці, а не на владі та грошах».
33.	<i>A couple of years back there was a vigorous debate over the activities of so-called 'chuggers' – people paid to buttonhole shoppers in an attempt to sign them up to direct debits on the street (TEIAFGTCUIGIИOMOWD, URL).</i>	Кілька років тому точилися бурхливі дебати щодо діяльності так званих «чаггерів» – людей, яким платять за те, що вони чіпляють покупців, намагаючись підбити їх на безакцептне списання коштів на вулиці.
34.	<i>“<u>Genervacation</u> is a wonderful idea. Older kids don't need looking after. It gives you the opportunity to bond and take care of your parents at the same time.” (HYTG, URL).</i>	« <u>Відпустка разом з дорослими дітьми</u> – це чудова ідея. Старші діти не потребують догляду, тож це дає можливість зблизитися і водночас подбати про батьків».
35.	<i>Your organization should discuss the right steps to take should a <u>zoombombing</u> incident take place. Are security settings as tight as possible? Should more than one host be designated for a meeting (HTRTZIRL, URL)?</i>	Ваша організація повинна обговорити правильні кроки, яких слід вжити у випадку <u>Zoom-бомбінгу</u> . Чи є налаштування безпеки максимально жорсткими? Чи потрібно призначати більше одного організатора для проведення зустрічі?
36.	<i>Remember '<u>Covidiots</u>' and the first protests by 'anti-vaxxers'? -- A new book on 'Viral Language' (RCTFPBAANBOVL, URL).</i>	Пам'ятаєте <u>ковідіотів</u> і перші протести антиваксерів? – Читайте нову книгу “Viral Language”.
37.	<i>What Was <u>Brangelina</u>? They were known for their image-making savvy.</i>	Ким була <u>пара Бренджеліна</u> ? Вони були відомі своєю майстерністю у

	<i>As their divorce re-enters the press cycle, we're reminded of who's better at it (WWB, URL).</i>	створенні іміджу. Їхнє розлучення знову в центрі уваги преси, тож ми згадуємо, хто з них кращий.
38.	<i><u>Chexting</u> involves cheating on one's spouse through text messages (FWTMORWTRNL, URL).</i>	<u>Чекстинг</u> передбачає зраду чоловіка або дружини за допомогою текстових повідомлень.
39.	<i>Only 100 <u>Ukippers</u> act on party donor Arron Banks' call to infiltrate Tories and influence Brexit by voting out Theresa May (O100UAOPDABCTITIBBVOTM, URL).</i>	Лише сто <u>прихильників</u> <u>Партії незалежності</u> <u>Сполученого Королівства</u> відгукнулися на заклик партійного донора Арона Бенкса проникнути до Торі та вплинути на брексіт, проголосувавши проти Терези Мей.
40.	<i>Romance fraud: fighting <u>fauxmance</u> with real partnerships (RFFFWRP, URL).</i>	Романтична афера: боротьба з <u>фальшивим коханням</u> за допомогою справжніх партнерських стосунків.
41.	<i><u>Finstagram</u> – a secret Instagram account to post ugly selfies. Users of the app, sick of prying parents and having to look perfect, are creating private secondary profiles where they can just be themselves. It's a real #nofilter (FSIATPUS, URL).</i>	<u>Фейковий Інстаграм</u> – секретний акаунт в Інстаграм для публікації негарних селфі. Користувачі додатку, яким набридли допитливі батьки та необхідність виглядати ідеально, створюють приватні додаткові профілі, де вони можуть просто бути самими собою. Це по-справжньому #nofilter
42.	<i><u>Mansplaining</u> may seem like a trivial issue in isolation, but how we communicate tells other people how</i>	<u>Менсплейнінг</u> може здатися незначною проблемою сам по собі, але те, як ми спілкуємося, говорить

	<i>much or little they are valued</i> (MEIOSC, URL).	іншим людям про те, наскільки їх цінують.
43.	<i>Corbynomics' pledges include tax increases for corporations and high earners, handing 10% of company shares to workers, a 32-hour working week, a cap on private rents, strengthened unions and plans to redistribute the assets of private schools into the state sector</i> (WAC, URL).	Обіцянки <u>Корбіноміки</u> включають підвищення податків для корпорацій та осіб з високими доходами, передачу 10% акцій компанії працівникам, 32-годинний робочий тиждень, обмеження орендної плати в приватному секторі, зміцнення профспілок і плани з перерозподілу активів приватних шкіл у державний сектор.
44.	<i>How to Spot a Frenemy—And Be a Real Friend</i> (HTSFABRF, URL).	Як розпізнати <u>заклятого друга</u> – і стати справжніми друзями.
45.	<i>Now, a large team of scientists from around the world has captured what it was like to live in “Blursday,” as they call it: to have it feel as though time ground to a halt due to feelings of isolation</i> (INJYLHULIBSS, URL).	Нині, велика команда вчених з усього світу зафіксувала, як це було – жити, як вони кажуть, « <u>розмитим днем</u> », під час якого час ніби зупинився через відчуття ізоляції.
46.	<i>Zumping: the rise of Zoom breakups</i> (ZTRZB, URL).	<u>Зампінг</u> : зростання кількості розлучень у Zoom.
47.	<i>How to Smize (Smile With Your Eyes) When You’re Wearing a Mask</i> (HTSSWYEWYWM, URL).	Як <u>посміхатися очима</u> під час носіння маски.
48.	<i>Marvel Comics, whose character Ms Marvel has the power to <u>embiggen</u> herself, also tweeted about the</i>	Персонажка компанії Marvel Comics, Міс Марвел, яка схильна <u>захоплюватися</u> собою, також

	<i>addition to the dictionary (WCBTSATUSD, URL).</i>	написала у Twitter про доповнення до словника.
49.	<i>Tasty Tuesday: <u>Lasterday Market</u> proves that southern comfort goes beyond the food (TTLMPTSCGBTF, URL).</i>	Смачний вівторок: <u>Минулі</u> продажі доводять, що південний комфорт не обмежується лише їжею.
50.	<i>The <u>vaxinista</u> takes COVID seriously but treats the achievement of immunity as just another high-status consumer item to be thrown in the face of their friends, or “friend”, like a new BMW X3 or the admission of their offspring into a competitive college (MTLCATV, URL).</i>	<u>Прихильник вакцинації</u> ставиться до COVID серйозно, але розглядає набуття імунітету як ще один предмет споживання з високим статусом, яким можна похвалитися своїм друзям або «друзям», як новим авто BMW X3 або вступом їхніх нащадків до престижного коледжу.
51.	<i>As a leader in the competitive dance industry for since 1988, we strive to provide a professional, organized, fairly judged and competitive atmosphere for today's aspiring dancers. Join us this year and experience the <u>Showbiz Tradition</u> for yourself! (NMCTD, URL)</i>	Будучи лідерами у танцювальній індустрії з 1988 року, ми прагнемо забезпечити професійну, організовану, зі справедливим суддівством та конкурентну атмосферу для сучасних танцюристів-початківців. Приєднуйтеся до нас цього року і відчуйте традиції <u>шоу-бізнесу</u> на собі!
52.	<i>He is the founding father of one-nation <u>Toryism</u> (T, URL).</i>	Він є батьком-засновником однонаціонального <u>Торизму</u> .
53.	<i><u>Cat-nipper</u> – Surrealism, Oil Painting, Prints (CT, URL).</i>	<u>Котяча хватка</u> – Сюрреалізм, Олійний живопис, Гравюри.

54.	<i>HTML had enough pragmatism in it from day one to survive being <u>academicked</u> (CEEPWHCRIS, URL).</i>	Від самого початку в HTML було достатньо прагматизму, щоб вижити, будучи <u>завантаженим академічними обов'язками</u> .
55.	<i><u>Concrew Training</u> specialises in delivering high quality high value training and CPD that help businesses, management and staff to “<u>concrew</u>” (grow together) (HQTPDCTHSLMSPBR, URL).</i>	<u>Concrew Training</u> спеціалізується на проведенні високоякісних тренінгів та курсів підвищення кваліфікації, які допомагають компаніям, керівництву та персоналу « <u>згуртовуватися</u> » (зростати разом).
56.	<i><u>Copywrog</u> – copyright may make creative work more expensive, but without it we'd all be poorer (C, URL).</i>	<u>Чи авторське неправо</u> , те, що авторське право може зробити творчу роботу дорожчою, але без нього ми всі були б біднішими.
57.	<i><u>De-gnoming</u> was a term used to refer to the process of ridding a garden of gnomes (D, URL).</i>	<u>Дегномізація</u> – це термін, який використовувався для позначення процесу позбавлення саду від гномів.
58.	<i>Even more sand sculptures for my collection! <u>Mwahaha!</u> (SNKHTTF, URL)</i>	Ще більше пісочних скульптур для моєї колекції! <u>*Злий сміх*</u>
59.	<i><u>Smellovision</u> Gets a Refresh VR olfactory generators are just the latest scent across 150 years of aromatic tech history (SGR, URL).</i>	<u>Система Smellovision</u> оновлюється. Генератори запахів у віртуальній реальності – це нововведення за сто п'ятдесят років історії ароматичних технологій.
60.	<i>Lights, Camera, Action: The <u>Cinerama</u> LAND Sale in The Sandbox is Here! (LCATCLSITSH, URL)</i>	Світло, камера, мотор: розпродаж <u>LAND синерами</u> на платформі The Sandbox уже розпочався!

61.	<i>Incredible <u>Ipaders!</u> Help me give my students an updated Ipad to use during therapy sessions</i> (IHMGMSTUDTS, URL).	Неймовірні <u>айпадери!</u> Допоможіть мені подарувати моїм студентам оновлений Ipad для використання під час терапевтичних сесій.
62.	<i>How this <u>Googler</u> lifts up Indigenous communities</i> (HTGLUIC, URL).	Допомога <u>гуглера</u> корінним громадам.
63.	<i><u>Gnomeo</u> &amp; Juliet (Soundtrack from the Motion Picture)</i> (GAJOMPS, URL).	<u>ГНОМЕО</u> та Джульєтта (саундтрек кінокартини).
64.	<i>The golden rule of <u>netiquette</u> boils down to one basic guideline: Do not do or say online what you would not do or say offline</i> (10BNR, URL).	Золоте правило <u>*нетикету</u> зводиться до однієї базової настанови: Не робіть і не кажіть в Інтернеті того, чого б ви не зробили б чи не сказали б офлайн.  *мережевий етикет
65.	<i>Twitter home of the <u>Chortle</u> Student Comedy Award</i> (THTCSCA, URL).	Twitter-сторінка студентської <u>комедійної</u> премії.
66.	<i>Discover photos and videos that include hashtag "<u>jabberwocky</u>" (#JW, URL).</i>	Відкрийте для себе фотографії та відео, які містять хештег « <u>абракадабра</u> ».
67.	<i>A quintessential <u>quidnunc</u> chronicles his continent-hopping capers as photographer to the stars and the royals</i> (BITS, URL).	Основні хроніки <u>пліткаря</u> описують його пригоди фотографа, який мандрує континентами і знімає зірок і королівських осіб.
68.	<i>Dan and I don't always agree, but I'm grateful to anyone popping a bit of the AI-in-education <u>gasbaggery</u></i> (GSPDLI, URL).	Ми з Деном не завжди погоджуємося, але я вдячний кожному, хто хоч трохи розкриває тему <u>надмірного використання</u> штучного інтелекту в освіті.



69.	<i>Monohm is a small team of obsessed people working in Berkeley, California. In under a year, we designed, developed and prototyped <u>Runcible</u>, an entirely new class of mobile device, from the ground up (MTWE, URL).</i>	Monohm – це невелика команда одержимих людей, що працює в Берклі, Каліфорнія. Менш ніж за рік ми спроектували, розробили та створили прототип <u>багатофункціонального Runcible</u> , – абсолютно нового класу мобільних пристроїв, з нуля.
70.	<i>Through our singing and laughing, someone asked, “What does ‘<u>pompatus</u>’ mean?” Some thought it meant prestigious or highly regarded. Others thought it meant suave or debonair. We were all wrong (TPOL, URL).</i>	Під час наших співів та сміху хтось запитав: «Що означає “ <u>pompatus</u> ”?». Дехто думав, що це означає престижний або високоповажний. Інші думали, що це означає ввічливий або делікатний. Ми всі помилялися – це означає « <u>коханець моїх фантазій</u> ».
71.	<i><u>GYM HOLIC</u> – #corona #FitnessGoal #quarantine #socialdistancing (GH, URL).</i>	<u>Спортголік</u> #корона #фітнесмета #карантин #соціальнонадистанція
72.	<i><u>Happy Grow Lucky Farms LLC</u> is a OLCC licensed farm in the heart of the Applegate valley (HGLF, URL).</i>	ТОВ « <u>Хеппі Гроу Лакі Фармз</u> » – це ферма, що має ліцензію OLCC, розташована в самому центрі долини Епплгейт.
73.	<i><u>Ommm... Aargh. Meditation and mindfulness</u> have a dark side that should not be ignored, say psychologists Miguel Farias and Catherine Wikholm</i>	<u>ОМММ... Дідько</u> . Медитація та усвідомленість мають темний бік, який не варто ігнорувати, кажуть психологи Мігель Фаріас та Кетрін Вікхольм.

	(OAMAMHDSTSNBISPMFACW, URL).	
74.	<i>Discover training opportunities with <u>Peoplelogy Skill</u> (DTOWPS, URL).</i>	Відкрийте для себе можливості навчання за допомогою знань <u>науки про людей</u> .
75.	<i><u>iCon Steve Jobs: The Greatest Second Act in the History of Business</u> (ISJTGSAITHB, URL).</i>	<u>Айкона</u> Стів Джобс: Величезний другий акт в історії бізнесу.
76.	<i><u>Tweetstorms</u> used to be a hacked-together means of avoiding character limits on Twitter messages (HTWT, URL).</i>	Раніше, <u>твіттерштурми</u> були хакерським способом обходу обмежень на кількість символів у повідомленнях у Твіттері.
77.	<i><u>Podcastify</u> is your go-to application for daily podcasts. With a simple and intuitive interface, it allows you to listen to your favourite podcasts anytime, anywhere (PYDPA, URL).</i>	<u>Подкастизуй</u> – це ваш улюблений додаток щоденних подкастів. Завдяки простому та інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу, ви можете слухати улюблені подкасти будь-де та будь-коли.
78.	<i>There's <u>puzz</u> in the bottom of this box (WGA8OWONW, URL).</i>	На дні цієї коробки <u>головоломка</u> .
79.	<i>The curse of the “<u>nonversation</u>”! This is a conversation when you are not really listening. Ok, so you may be listening to part of the conversation, but at the same time you have all these voices in your head (TCOTN, URL).</i>	Прокляття <u>«порожньої балаканини»!</u> Це розмова, коли ви насправді не слухаєте. Гарзд, ви можете слухати частину розмови, але в той же час у вас в голові звучать всі ці голоси, які не дають зосередитись.
80.	<i>The average age for receiving an inheritance is 47 according to a recent</i>	Згідно з нещодавнім дослідженням, середній вік отримання спадщини

	<i>study, so at Continuum we believe in looking at <u>pre-inheritance</u> (WIPI, URL).</i>	становить сорок сім років, тому в «Континуумі» ми вважаємо за потрібне звернути увагу на період <u>передспадщини</u> .
81.	<i>And when the games wrap up, the night's just getting started. Stick around for the <u>afterhaps</u> (HESAF, URL).</i>	А коли ігри закінчаться, ніч тільки розпочнеться. Залишайтеся на <u>післяподії</u> .
82.	<i>Many lines in <u>Dreamwra</u>pt came to me this way. Weaving these dreamlines to find the poem within, I use them as strands to uncover the poetic logic as I follow the undercurrent of emotion, voice, tone and story (AIWCG, URL).</i>	Багато рядків у « <u>Занурений у мрії</u> » прийшли до мене саме так. Сплітаючи ці лінії сновидінь, щоб знайти вірш всередині, я використовую їх як нитки, щоб розкрити поетичну логіку, слідуючи за підводною течією емоцій, голосу, тону та історії.
83.	<i>Our <u>Saturday</u> classes. For more inspiration on Crochet craft, follow <a href="https://www.Instagram.com..">https://www.Instagram.com..</a>(CCTOO WACDATCC, URL).</i>	Наші <u>щосуботні</u> заняття. Перейдіть за <a href="https://www.Instagram.com">https://www.Instagram.com</a> ... для ще більшого натхнення майстерністю в'язання гачком.
84.	<i><u>Quarantini</u> Black Gin turns any gin and tonic into a showstopping drink, but it doesn't compromise on taste either, with exotic notes of papaya, bitter orange and bergamot mingling with angelica root, orris root and coriander (QBGTAGATISD, URL).</i>	Чорний джин <u>Карантіні</u> перетворює будь-який джин з тоніком на приголомшливий напій, але при цьому не йде на компроміс зі смаком: екзотичні ноти папаї, гіркого апельсина та бергамоту, змішуються з коренем дягелю, фіалковим коренем та коріандру.

85.	<i>Fitster is an app that lets you find gyms at any location, select your perfect fit based on equipment and vibe, and workout without a membership!</i> (FIATLYFGAALSYPFBOEAVAW WM, URL)	<u>Фітстер</u> – це додаток, який дозволяє знаходити спортзали в будь-якому місці, обирати ідеальну форму на основі обладнання та атмосфери, а також тренуватися без абонементу!
86.	<i>Staycation or Vacation? What are you choosing?</i> (SOVWAYC, URL)	<u>Вдомікули</u> чи справжні канікули? Що оберете?
87.	<i>Normcore coffee is the new wave of coffee culture. Coffee addicts all over have been deserting their traditional morning ritual in favour for a more simple and minimalistic approach to making brews</i> (NCWTNWOC, URL).	<u>Природня кава</u> – це нова хвиля кавової культури. Кавомани по всьому світу відмовляються від свого традиційного ранкового ритуалу на користь простішого та мінімалістичного підходу до приготування кави.
88.	<i>Cottagecore is an aesthetic that celebrates simple living, particularly in the countryside</i> (WTCAAWWLI, URL).	<u>Котеджкор</u> – це естетика, що прославляє просте життя, особливо в сільській місцевості.
89.	<i>If you like the person you are looking at, you can <u>swipe</u> right to 'like' them; and <u>swipe</u> left if you don't</i> (THTKYS, URL).	Якщо вам подобається людина, на яку ви дивитесь, ви можете <u>свайпнути</u> праворуч, щоб «вподобати» її; і ліворуч, навпаки.
90.	<i>Maskne doesn't simply cause pimples, though. It may also result in skin issues, including redness, bumpiness, and irritation. It can also trigger conditions such as dermatitis and folliculitis</i> (HTAMMAB, URL).	Однак <u>маскне</u> не лише викликає прищі, а може також призвести до проблем зі шкірою, включаючи почервоніння, нерівність та подразнення. Може спровокувати

		такі захворювання, як дерматит і фолікуліт.
91.	<i>Mobile beauty van offering beauty services. The <u>Glambulance</u> is available to hire for events including weddings, Hen dos, kids' parties (BOW, URL).</i>	Пересувний салон краси, що пропонує косметичні послуги. <u>Швидку гламуру</u> можна взяти напрокат для таких заходів, як весілля, дівич-вечори, дитячі вечірки.
92.	<i>Internet or <u>Internot</u>: What is Your Policy? (IOIWIYP, URL)</i>	Інтертак чи <u>Інтерні</u> : Яка ваша політика?
93.	<i>My corgi <u>snorfl</u>ed all over the living room after his bath (S, URL).</i>	Мій коргі після купання <u>сопів</u> на всю вітальню.
94.	<i>He <u>quizzaciously</u> challenged his friends to a trivia game, confident in his knowledge (BDWOTDQ, URL).</i>	Будучи впевненим у своїх знаннях, він <u>глузливо</u> запропонував своїм друзям зіграти у вікторину.
95.	<i>In episode 17 of The Creative and Ambitious Entrepreneur Podcast, we are going to talk about the crucial mistakes to avoid when you are naming your <u>zazzle</u> store (MTAWNYZS, URL).</i>	У 17-му епізоді подкасту «Креативний та амбітний підприємець» ми поговоримо про ключові помилки, яких слід уникати, коли ви створюєте назву для свого <u>привабливого</u> магазину.
96.	<i>“<u>Plumbumptious</u>” and giant still life by Sherri (RAPFG, URL).</i>	« <u>Розкішний</u> » та гігантський натюрморт Шеррі.
97.	<i>I drank so much last night that I was completely <u>frab</u>bled (F, URL).</i>	Я випив забагато минулої ночі, тож був геть <u>напідпитку</u> .
98.	<i>Bill got kicked in the junk so hard he <u>squaddled</u> himself (BGKITJSHHSH, URL).</i>	Білла так сильно вдарили по сідницях, що він <u>скрутився калачиком</u> .

99.	<i>Tuddle is a shy pan that doesn't get along with other pans, as they don't like him (TISPTDGAWOPATDLH, URL).</i>	<u>Гаддл</u> – сором'язливий пан, який не ладнає з іншими панами, бо вони його не люблять.
100.	<i>She continued to <u>blibber</u> about several different things (SCTBASDT, URL).</i>	Вона продовжувала <u>плескати язиком</u> про все на світі.

## SUMMARY

The thesis titled “Nonce words in contemporary English mass media discourse as a problem of translation into Ukrainian” is dedicated to the investigation of nonce words, or occasionalisms, which frequently appear in modern English mass media texts. The research focuses on the challenges and strategies involved in translating these lexical innovations into Ukrainian while preserving their meaning, pragmatic effect, and stylistic nuances.

The objectives of the study include defining the concept of nonce words, analyzing their typology and functional role in the media, and investigating how different translation transformations can be applied to render these lexical units accurately in Ukrainian.

The research is based on a collection of 100 sentences from contemporary English-language mass media, containing nonce words, and their translations into Ukrainian. The material is analyzed in terms of structure, semantics, and pragmatics, with a focus on the creative aspect of translating lexical innovations.

The study consists of three chapters. The first chapter reviews theoretical approaches to the study of nonce words, their classification, and their role in mass media discourse. The second chapter examines the structural and semantic features of nonce words and their pragmatic functions within the media context. The third chapter is dedicated to translation strategies, such as descriptive translation, modulation, and calquing, and their effectiveness in maintaining the communicative value of the nonce words.

The research concludes that translating nonce words is a complex task that requires a combination of linguistic creativity and an understanding of cultural context. The findings contribute to translation studies, lexicology, and comparative linguistics, offering practical insights for translators working with dynamic and innovative language in media texts.