

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет романської філології і перекладу
Кафедра італійської і французької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра
з перекладознавства на тему:

**“СУЧАСНА ІТАЛІЙСЬКА ІННОВАЦІЙНА ЛЕКСИКА: СТРУКТУРНО-
СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА І СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ
УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ”**

Студентки групи Ммлїт 02-23
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.052 Романські
мови та літератури (переклад
включно), перша – італійська
Освітньо-професійна програма
Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі
студії та міжкультурна комунікація
(італійська мова і друга іноземна мова)
Угрин Кіри Олегівни
Науковий керівник: Філоненко Наталія
Георгіївна

Допущена до захисту “__” ____ 2024 року

Завідувач кафедри Філоненко Н.Г

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

IL MINISTERO DELL'ISTRUZIONE DELLA SCIENZA D'UCRAINA

L'UNIVERSITÀ LINGUISTICA NAZIONALE DI KYIV

cattedra della filologia italiana e francese e traduzione

Tesi di laurea di scienza
della traduzione sul tema:

“VOCABOLARIO INNOVATIVO DELL'ITALIANO MODERNO:
CARATTERISTICHE STRUTTURALE-SEMANTICO E SPECIFICITÀ DELLA
TRADUZIONE NELLA LINGUA UCRAINA”

Studentessa di gruppo Mmlit 02-23
Facoltà di filologia Romanza e Traduzione
Corso di laurea 035 Filologia
Specializzazione 035.052 Lingue e letterature romanze (traduzione inclusa)

Kira Uhryn

Il relatore:

Dottore di scienza filologiche, il titolare della cattedra
Docente Filonenko N.

Ammessa alla discussione

“ ___ ” ___ anno

Il titolare della cattedra ___ Filonenko N.

La scala nazionale _____

Il punteggio _____

Il voto ECTS _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЛЕКСИКИ В ІТАЛІЙСЬКІЙ МОВІ	8
1.1 Поняття інновації та неологізму в сучасній лінгвістиці	8
1.2.Класифікаці неологізмів та способи творення неологізмів в італійській мові.....	13
1.3 Способи творення неологізмів в італійській мові	21
1.4 Семантичні особливості італійських неологізмів.....	27
1.5 Функціонування інноваційної лексики в різних сферах	29
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ СУЧАСНИХ ІТАЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ	37
2.1 Методика відбору та аналізу неологічного матеріалу	38
2.2 Морфологічні структура новоутворень	44
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ІТАЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	53
3.1 Проблеми та стратегії відтворення неологізмів при перекладі	53
3.2 Перекладацькі трансформації для передачі неологізмів.....	56
3.3 Лексикографічний аспект фіксації неологізмів.....	64

Висновки до розділу 3	70
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
SOMMARIO.....	83

ВСТУП

Сучасний етап розвитку італійської мови характеризується активною появою нових слів, які виникають у відповідь на потреби мовця. Актуальність дослідження відображається у необхідності комплексного вивчення сучасних італійських неологізмів з огляду на їхні структурно-семантичні особливості та специфіку відтворення українською мовою. Аналіз інноваційної лексики сприятиме поглибленню знань про закономірності розвитку італійської мови, а також допоможе розробити ефективні підходи до перекладу неологізмів. Дослідження інноваційної лексики допомагає виявити тенденції розвитку мови та визначити особливості творення неологізм та механізм їх в різних сферах життя.

Неологізми – це слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови. Неологізми в італійській мові з'явились закономірно, тому що потреба в нових словах зумовлюється насамперед позамовними чинниками: соціальними і політичними змінами в суспільстві. Нове слово є неологізмом поки носій мови усвідомлює його предметно-логічну новизну або стилістичну своєрідність. Неологізми слугують для номінації нових чи ще не названих понять, реалій, а також для заміни попередніх найменувань новими, зумовленої різними чинниками: тенденцією до мовної економії, уніфікації номінативних моделей, виразнішого, точнішого найменування, експресивно стилістичного оновлення, з причин соціально-політичного характеру.

Неологізми показують прогресивний розвиток суспільства, вплив модерних процесів та глобалізації та рівень інтеграції на міжнародному рівні. Мовна практика підтверджує, що певні оновлення та стилістичні забарвлення

відіграють у сучасній італійській літературній мові роль головного чинника сприйняття лексичних інновацій, поширення, апробації та узвичаєння їх у масовій свідомості читачів. Лексичні зміни у словниковому складі сучасної італійської мови викликають занепокоєння деяких італійських дослідників, стверджуючи, що окремі вирази та новотвори проникають у свідомість мовця та в повсякденну мову одночасно збіднюючи і збагачуючи її.

З одного боку неологізми можуть удосконалювати засоби вираження, заповнювати лексичні лакуни і загалом збагачувати мову, проте з іншого - надмірне використання неологізмів може нести загрозу для ідентичності та самобутності італійської мови, оскільки неологізми продовжують витіснити питомі італійські слова.

Актуальність теми зумовлена тим фактом, що неологізми виникають у мові повсякчас і сучасні перекладознавці постійно вирішують складні питання перекладу інноваційної лексики. Це й нові терміни науки, літератури, мистецтва, виробничо-технічна лексика, пов'язана з розвитком сільського господарства, лексика, пов'язана з новими досягненнями в розвитку військової справи та військово-стратегічної науки, слова, що називають нові поняття, які виникають у галузі культури та побуту. Крім того, склад неологізмів італійської мови поповнюється за рахунок слів іншомовного походження, які позначають науково-технічні терміни, найрізноманітніші предмети виробництва. Особливо популярними є англіцизми, адже ця мова є передовою по створенню нових слів та еволюціонує кожного дня. Основною функцією неологізмів в італійській мові є її збагачення. Словник неологізмів є одним з найбільш продуктивніших, адже суспільство прагне йти в ногу з часом та використання неологізмів свідчить про прогресивність та високу сучасність у мові.

Мета роботи – дослідити, проаналізувати неологізми та їх переклад з італійської на українську мову, а також визначити структурно-семантичну

класифікацію, ґрунтовний аналіз їх перекладу та виділити способи творення цього виду лексичних одиниць.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз поняття "неологізм", надати його дефініцію та критерії виокремлення.
2. Вивчити існуючі підходи до класифікації неологізмів та обґрунтувати власну класифікаційну модель.
3. Дослідити структурні та семантичні особливості неологічних одиниць у сучасній італійській мові.
4. Провести комплексний аналіз способів та стратегій перекладу італійських неологізмів українською мовою.
5. Виявити основні труднощі відтворення неологізмів при перекладі та розробити практичні рекомендації для їх подолання.

Предметом даного дослідження є неологічні одиниці в італійській мові. Об'єктом вивчення виступають структурно-семантичні характеристики неологізмів та їх відтворення в перекладацькому аспекті. Для досягнення поставлених цілей і розв'язання окреслених завдань у роботі застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних лінгвістичних методів дослідження: описовий метод використано для характеристики класифікацій неологізмів; метод класифікації та структурно-семантичного аналізу - для визначення способів утворення неологічних одиниць; метод дедукції та індукції застосовано для уточнення теоретичних засад, узагальнення даних і формулювання висновків; інформаційно-пошуковий метод використано для відбору матеріалу дослідження, опрацювання фахових знань, необхідних для інтерпретації та формування бази неологізмів. Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури, додатків та резюме.

У розділі 1 розглянуто теоритичні аспекти:

- Дослідження поняття “інновації та неологізму в сучасній лінгвістиці”
- Надано класифікація неологізмів в італійській мові
- Розглянуто функціонування інноваційної лексики в різних сферах

У розділі 2 проведено аналіз методики відбору та аналізу неологічного матеріалу, морфологічну структуру новоутворень та розглянуто сфери активного вживання інноваційної лексики.

У розділі 3 розглянуто проблеми та стратегії відтворення неологізмів при перекладі, проаналізовано перекладацькі трансформації для передачі неологізмів, досліджено лексикографічний аспект фіксації неологізмів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЛЕКСИКИ В ІТАЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Сучасну епоху можна назвати періодом активної неологізації, оскільки розвиток науки, культури, техніки сприяють розширенню існуючих номінацій та виникненню нових термінів, що призводить до поповнення та розвитку словникового запасу мовців. Неологізми оперативно відображають сучасні проблеми та питання, які турбують суспільство, тенденції і нові лексичні одиниці, що входять до повсякденного лексикону людини. Інтернет та його стрімкий розвиток став основною платформою для розповсюдження неологізмів та створив умови для появи нових слів. Він змінив мовний ландшафт завдяки миттєвому обміну інформації, коли слова швидко генеруються та закріплюються. [1, с 2-3]

1.1 Поняття інновації та неологізму в сучасній лінгвістиці

Слово «неологізм» (від грецького *neos* новий і *logos* слово) вперше з'явилося, в 1735 р у французькій мові, звідки після 1800 р було запозичене англійською, італійською та іншими мовами. Визначення поняття «неологізм» представляється досить складним. Цей термін може трактуватись наступним чином: «слово або зворот, створені для позначення нового предмета або для вираження нового поняття». Це лексичні одиниці, які не є загальноживаними, але можуть ними стати, що з'явилися у мові протягом певного періоду і не існували раніше, сприймаються як нові у мовній свідомості мовців. Неологізм – це поняття, що використовується, як для термінів новоутворень, які виникли на матеріалі мови, так і для словосполучень, що означають нове, неіснуюче поняття, наприклад: предмет, галузь науки, професію. Незважаючи на величезну кількість досліджень в галузі вивчення нових лексичних одиниць, єдина класифікація неологізмів із

загальноприйнятою термінологією відсутня досі. Багато лінгвістів аналізують тільки деякі типи нових лексичних одиниць, що не охоплює всього спектру подібних слів. Крім того, має місце деяка розбіжність щодо найменування досліджуваних лексем, що пов'язано з неоднозначним підходом до дослідження типів неологізмів: подібні слова класифікуються з точки зору способу, умов або цілей їх появи. Іноді лінгвісти пропонують виділяти нові лексичні одиниці в окремі типи навіть на підставі їх функціонування і руху в мові. Таким чином, представляється необхідним охарактеризувати різні принципи розмежування неологізмів і типи нових лексичних одиниць з тим, щоб далі визначити параметри виділення індивідуально-авторських неологізмів.[18, с. 18]

Також варто розглянути поняття інновацій у лінгвістиці, дуже важливого терміна, що стає одним з ключових при вивченні загальних питань мови. Ф. де Соссюр, А. Мейє, Е. Косеріу та інші класики у світовій лінгвістиці застосовували лексему «інновація» для позначення нових мовних явищ та їхніх наслідків як зручну універсальну назву для опису нових явищ у природі. Це дозволило розглядати мовні зміни системно, враховуючи різні аспекти: фонетичний, граматичний, лексичний, семантичний, а також соціальні та географічні фактори. Поняття інновацій охоплює широкий спектр явищ, від появи нових слів до змін у граматичній структурі та вимові. [19, с. 168-170]

Лінгвісти розглядають інновації, як рушійну силу мовної еволюції, що забезпечує адаптацію мови до нових комунікативних потреб суспільства. Герман Пауль, представник молодограматиків, розглядав інновації як основу мовних змін, що виникають у мовленні окремих індивідів і поступово поширюються. Антуан Мейє досліджував соціальні фактори появи інновацій, підкреслюючи роль мовних контактів та соціальних груп у цьому процесі Він вважав, що мова це соціальний факт і наголошував, що мовні зміни неможливо зрозуміти без соціально контексту. Інновації виникають внаслідок взаємодії різних мов та діалектів, а соціальні групи можуть активно впроваджувати мовні тенденції. Вони можуть виникати

спонтанно в процесі мовлення окремих носіїв або бути результатом цілеспрямованої мовної політики. Лексичні інновації найбільш помітні та включають неологізми запозичення та авторські новотвори. Граматичні інновації проявляються у змінах морфологічних форм та синтаксичних конструкцій. Фонетичні інновації стосуються змін у вимові та можуть призводити до появи нових фонем або зникнення існуючих. Семантичні інновації пов'язані зі змінами значень слів розширенням або звуженням їхнього семантичного поля. Прагматичні інновації відображають нові способи використання мови в різних комунікативних ситуаціях. Стилiстичні інновації призводять до появи нових жанрів та стилів мовлення. Вивчення інновацій дозволяє лінгвістам прогнозувати напрямки розвитку мови та розуміти механізми мовних змін [20].

Джанні Адамо, італійський лінгвіст, виражає свою стурбованість стосовно утворення та адаптації неологізмів у мові, оскільки нові терміни та концепції, які можуть бути незрозумілими або незвичними для широкої аудиторії. Це викликає почуття незручності, оскільки люди зазвичай схильні до стабільності та передбачуваності у мові. Джанні Адамо пояснює негативне сприйняття неологізмів їхньою здатністю порушувати мовний комфорт і викликати асоціації з небажаними змінами чи новими реаліями, які часто зустрічаються з недовірою та опором. Неологізми можуть нівелювати індивідуально-національної риси та знижують виражальні та естетичні якості. Часто в італійській мові слова можуть бути замінені англiцизмами, це при тому, що існують італійські назви для передачі відповідних понять [21].

Мова є результатом тривалого історичного розвитку і перебуває у постійному процесі змін. Ця мовна динаміка безпосередньо пов'язана з різними зовнішніми факторами, такими як зміни в політичному, економічному та культурному житті суспільства. Окрім цього, мовні контакти також мають значний вплив на різні аспекти мови, зокрема на її лексичний склад. Постійні зміни в суспільному житті, суспільних відносинах, а також розвиток науки, техніки,

мистецтва і культури неминуче знаходять відображення в лексичному багатстві мови. Деякі слова зникають з активного вжитку і поступово втрачають свою актуальність, водночас з'являється багато нових слів, що збільшує словниковий запас. Суспільство має здатність свідомо впливати на розвиток мови, що проявляється через явище, відоме як мовна політика. Мовна ситуація у багатомовному суспільстві визначається цілеспрямованими заходами, які здійснюються в межах цієї політики. Сучасна італійська мова стає все більш багатомовною в лексичному плані, що виражається в стрімкому зростанні кількості неологізмів. Різні сфери людської діяльності постійно поповнюють словник італійської мови новими словами, і цей процес спостерігається вже тривалий час. Неологізми збагачують мову, забезпечуючи її динамічність і розвиток, які показують зміни у суспільстві і адаптують мову до нових умов. Потреба в лексичному позначенні виникає через швидкий розвиток технологій, соціального та культурного життя. Як і більшість європейських мов, італійська мова постійно підпадає під вплив глобалізації, зокрема через технологічні інновації, інтернет, міжнародні комунікації та культурний обмін. Це призводить до швидкого зростання кількості неологізмів у таких сферах, як ІТ, мода, економіка, екологія, соціальні медіа. Також в італійській мові активно запозичуються англіцизми та інтернаціоналізми, особливо у сферах техніки, бізнесу і культури, але такі запозичення можуть іноді викликати критику з боку мовознавців і захисників національної ідентичності мови [21]. Мова є живою системою, постійна поява неологізмів свідчить про те, що мова еволюціонує та демонструє гнучкість і здатність до збагачення свого лексичного складу за рахунок неологізмів. Неологізми можуть стати невід'ємною частиною мови або зникнути через невизнання їхньої доцільності, а люди в свою чергу беруть активну роль у процесах мовної адаптації неологізмів. Соціум активно застосовує нові слова в повсякденному житті, тим самим закріплюючи їх у мовній системі або відкидаючи, якщо вони не є зручними чи необхідними.

Причини виникнення неологізмів можуть бути різноманітними. Найбільш значущими з них є невідкладна потреба в назвах для нових предметів, понять, явищ, ознак, дій і станів, а також необхідність замінити відомі назви на більш вдалі, точні або короткі, що відповідають структурі мови, замість громіздких форм (перейменування вже відомих реалій та понять); мовна економія: “Regime di esenzione dal visto” - безвіз (замість «безвізовий режим»), “Frutta e verdura coltivate biologicamente, senza prodotti chimici” - органіка (замість “органічно вирощені овочі та фрукти, без хімії”), “dispositivo elettronico che accetta banconote senza la partecipazione di un operatore” - купюроприймач (замість “електронний пристрій, що приймає грошові знаки без участі оператора”).

Отже, інновації та неологізми є центральними у вивченні динаміки мовних змін. Вони не лише відображають лінгвістичні процеси, але й служать індикаторами соціальних, культурних та технологічних трансформацій у суспільстві. Розуміння цих процесів має важливе значення для прогнозування майбутніх тенденцій покращення мови та адаптації лінгвістичних теорій до сучасних реалій, оскільки мова постійно розвивається та пристосовується до змін у суспільстві.

1.2. Класифікації неологізмів та способи творення неологізмів в італійській мові

Формування поняття неологізм, потреба організувати слова в певну систему, що сприяє кращому розумінню їх природи і структури зумовлюють необхідність визначення основних принципів класифікації нової лексики. Словники потребують класифікації та стандартизації даних для їхнього успішного інтегрування, що особливо важливо для технічних та наукових професій. Упорядкування нових слів дозволяє фахівцям відстежувати тенденції в мовних змінах, зокрема, які типи неологізмів найчастіше виникають, у яких сферах та за

яких умов, а також полегшувати пошук нових термінів. Групування нових термінів допомагає виявити джерела походження слова, лінгвісти зберігають історію мови, що важливо для майбутніх досліджень та розуміння еволюції мовних явищ.

- В італійській мові ці типи неологізмів відрізняються за характером мовної одиниці, у сучасній лінгвістиці для позначення різних видів неологізмів використовують терміни неолексеми, неофраземи та неосеми. Неолексеми це нові слова (лексеми), що вводяться в мову для позначення нових понять, об'єктів чи явищ, що можуть бути утворені на основі внутрішніх ресурсів чи можуть бути запозичені з інших мов, для прикладу “Ecoturismo” — складне слово, утворене шляхом поєднання частин есо- (екологія) та turismo (туризм) для позначення виду туризму з орієнтацією на природоохоронні практики. Неофраземи - це нові фразеологічні одиниці, які набувають нових значень або з'являються як нові словосполучення, для прикладу:

- Fare il ghosting — означає раптове припинення спілкування без пояснення причин (походить від англійського ghosting).

- Essere multitasking — вираз, що позначає здатність виконувати кілька завдань одночасно.

- Zona rossa — термін, поширений під час пандемії COVID-19 для позначення регіонів з підвищеною загрозою зараження.

Неолексема дозволяє мові адаптуватися до сучасних реалій і вимог. Для прикладу: “Virus” — класичне значення цього слова стосується біологічного вірусу, але в сучасному контексті слово також використовується для позначення комп'ютерних вірусів, “Rete” (мережа) — слово, яке традиційно означало фізичну мережу (наприклад, рибальську), зараз широко використовується для позначення Інтернету або соціальних мереж. [23]

Серед неолексем виділяють власне неолексеми - це абсолютно нові слова, які з'являються для позначення нових понять або предметів. Власне неолексеми

можуть бути як створені на базі вже існуючих елементів мови, так і повністю запозиченими. Новотвори - слова з новою формою і новим значенням, трансформації - слова, в яких нова форма поєднується зі значенням, що передавалось раніше іншим лексичними засобами.

Неологізми можна класифікувати за видом означуваного поняття або явища, що дозволяє краще зрозуміти їхнє місце та функцію в мові:

- Неологізми, що позначають нову реалію, тобто слова які виникають у відповідь на появу нових предметів, технологій або явищ у суспільстві. Вони заповнюють прогалини у словниковому запасі, надаючи мові нові засоби для опису актуальних реалій.

- Неологізми, що позначають стару реалію, ці слова можуть бути новими за формою, але їхнє значення пов'язане зі старими концепціями або явищами. Наприклад, «флешмоб» — це нове слово для явища, яке раніше відбувалося, але не мало конкретного терміна. Такі неологізми допомагають оновити мову, надаючи їй сучасного звучання.

- Неологізми, що позначають актуалізовану реалію виникають у зв'язку з тим, що старі поняття або явища набувають нової актуальності. Наприклад, у часи пандемії виникли слова на кшталт «дистанційне навчання» або «самоізоляція», які стали важливими для опису нових умов життя. Такі неологізми показують зміни в соціальному середовищі та потреби суспільства.

- Неологізми, що позначають реалію, яка відмирає. Можуть використовуватися для опису явищ або понять, що втрачають своє значення або вже не існують у сучасному житті. Наприклад, терміни, пов'язані з застарілими технологіями або соціальними структурами.

- Неологізми, що позначають реалію, якої не існує, тобто терміни, що створюються для опису вигаданих або уявних концепцій, явищ або ідей. Наприклад, у літературі чи мистецтві можуть з'являтися неологізми, які

описують фантастичні світи або персонажів, такі як “віртуальна реальність” або “дракон”.

Класифікація неологізмів за ступенем новизни поділяється на абсолютні (сильні) та відносні (слабкі) неологізми. Стосовно абсолютних неологізмів - це слова або вирази, які раніше не існували в мові і вводяться в мовний обіг з появою нових реалій, концепцій чи технологій. Наприклад, термін “drone” - дрон, є абсолютними неологізмами, оскільки з'явився в результаті розвитку нових технологій і не мали попередників у словниковому запасі, а слова створюють нові можливості для вираження і комунікації, заповнюючи прогалини в лексичному фонді мови.

За способом творення неологізми поділяються на:

1. Зовнішні запозичення походять з інших мов і є результатом культурних, соціальних, технологічних чи економічних контактів. Приклади таких слів: smart working (з англійської) - дистанційна робота, influencer (з англійської) - впливова особа в соціальних мережах, Brexit (з англійської) - вихід Великобританії з ЄС. Внутрішні запозичення (з діалектів або професійних жаргонів), spritz (з венеціанського діалекту) - алкогольний напій, gratta e vinci (з жаргону азартних ігор) - миттєва лотерея.[23]

2. Словотвірні неологізми, тобто ті слова чи фрази утворені за словотвірними моделями конкретної мови, наприклад: ecosostenibile (eco + sostenibile) - екологічно стійкий, webete (web + ebete) - інтернет-дурень, instagrammabile (Instagram + -abile) - придатний для публікації в Instagram, euroscetticismo (euro + scetticismo) - євроскептицизм.

3. Семантичні неологізми, утворені через переосмислення слів, що вже є в мові, серед яких розрізняють метафоричні неологізми: navigare (плавати) або ж користуватися інтернетом, virale (вірусний) або той який швидко поширюється в інтернеті. Метонімічні, тобто ті неологізми в яких відбувається зміна значення слова, коли воно вживається не в прямому, а в переносному значенні, на основі

асоціації або зв'язку між поняттями. Наприклад: Google - шукати інформацію в інтернеті (за назвою пошукової системи), WhatsApp - відправляти повідомлення (за назвою додатку). Розширення значення - процес, при якому слово або вираз отримує нові відтінки або значення, зазвичай внаслідок зміни контексту, в якому воно вживається, або через асоціації з іншими поняттями, наприклад: “green” (зелений) - екологічний, “eco-friendly”, “cloud” (хмара) - онлайн-сховище даних. Звуження значення, коли слово чи фраза може звужувати своє значення, стаючи більш специфічним, наприклад “rete” (мережа) означає інтернет (у контексті технологій), “social” (соціальний) означає соціальна мережа [23].

Класифікація неологізмів за рівнем соціалізації відображає ступінь їх визнання та використання в мовному обігу.

1. Узуальні неологізми — це неологізми, які набули широкого визнання і використання в мові, ставши частиною її системи. Ці слова активно вживаються у повсякденному мовленні, літературі, медіа та інших формах комунікації. Зазвичай вони адаптовані до мовного середовища, пройшли процес визнання в соціумі і стали частиною лексичного запасу.

2. Оказіональні неологізми — це слова чи фрази, які вживаються в обмежених контекстах або ситуаціях, часто внаслідок індивідуального монологічного мовлення. Вони не мають широкого визнання і використовуються переважно в певних групах. Оказіональні неологізми можна розділити на декілька підкатегорій: потенціалізми, тобто ті неологізми, які мають потенціал стати узуальними, але ще не набули широкого визнання. Вони можуть з'являтися у певних текстах, розмовах чи в соціальних мережах, проте їхнє вживання залишається обмеженим. Наприклад, терміни, створені в контексті нових технологій або культурних явищ, можуть з часом стати частиною загального вжитку, якщо вони знайдуть відгук у суспільстві. Індивідуально-авторські неологізми це слова, які створюються конкретними авторами, поетами, журналістами або блогерами і мають специфічний контекст вжитку. Вони часто

відображають особистий стиль автора або концепцію, яку він намагається передати, наприклад, терміни, що використовуються в специфічних художніх творах або інноваційних статтях, можуть не мати широкого визнання, але слугують важливими елементами авторського висловлювання. Розрізнення неологізмів за рівнем соціалізації допомагає зрозуміти, як нові слова можуть входити в мовний обіг, а також які соціальні та культурні процеси впливають на цю динаміку. Це також дозволяє лексикографам і мовознавцям краще розуміти тенденції мовного розвитку і адаптувати свої підходи до створення словників та інших мовних ресурсів. За типом освоєння неологізмів розрізняють:

- моментальні входження, що виникають одразу з появою важливих і актуальних реалій;
- поступові входження, що апробуються в мові через вживання в синонімічних рядах,
- несподівані (випадкові) входження - okazіональні текстові утворення, які після тривалого вживання в результаті соціальної апробації ввійшли до нормативного словника.

Серед багатьох способів опису та класифікації різних типів неологізмів, спираємось на дослідження Джованні Адамо та Валерія Делла Валл - італійських науковців, які мають великий вплив на розвиток сучасної італійської мови та співпрацювали у написанні праці: "Osservatorio neologico della lingua Italiana". Вони виділяють неологізми, отримані шляхом деривації, тобто ті, що мають походять від уже існуючих слів, отримані шляхом модифікації форми слова шляхом скорочення, тобто через скорочення слова. Деривативні неологізми - це нові слова, утворені за допомогою афіксації, тобто додавання префіксів, суфіксів або інфіксів до вже існуючих слів. За Джованні Адамо та Валері Делла Валл цей тип неологізмів можна поділити на кілька підтипів:

- Префіксальні, тобто ті, які утворені за допомогою префікса до початку слова. Наприклад: *eco-compatibile* (еко-сумісний), *cyber-attacco* (кібер-атака), *mini-appartamento* (міні-квартира), *super-ricco* (супер-багатий).
- Суфіксальні, утворені з додаванням суфіксу наприкінці слова, такі як: *googlare* (гуглити) - від назви Google, *twitteriano* (твітеріанець) - користувач Twitter, *europeista* (європеїст) - прихильник європейської інтеграції, *grillismo* (грілізм) - політичний рух, пов'язаний з Беппе Грілло.
- Парасинтетичні неологізми, утворені одночасним додаванням префікса і суфікса. Наприклад: *riposizionamento* (репозиціонування, тобто процес зміни статусу бренду в оточенні конкуруючих товарів).
- Неологізми з комбінованими афіксами: використовують комбінації різних афіксів. Приклад: *iperconsumismo* (гіперспоживацтво), *microimprenditorialità* (мікропідприємництво).
- Зворотні деривати: утворені шляхом видалення частини слова, яка помилково сприймається як афікс. Наприклад, *promo* (від *promozione* - просування), *demo* (від *dimostrazione* - демонстрація) [23].

Наступний тип неологізмів за класифікацією Джованні Адамо та Валерії Делла Валле є композитні неологізми - це нові слова, утворені шляхом поєднання двох або більше існуючих слів або їх основ. Вони часто виражають складні поняття в одному слові, що забезпечує високу продуктивність та ефективність даного методу для створення нових термінів. Існує декілька підтипів композитних неологізмів, такі як субстантивні композити (додавання іменника до іменника), вербальні композити (додавання дієслова до іменника), композити з прийменником, змішані композити.

Розглянемо декілька прикладів композитних неологізмів в італійській мові:

- *Calciomercato* (футбольний трансферний ринок): *calcio* (футбол) + *mercato* (ринок).

- Homebanking (home + banking) - онлайн-банкінг.
- Infotainment (від information + entertainment)- термін, що описує контент, який поєднує в собі інформаційні та розважальні елементи [23].

Семантичні неологізми - це існуючі слова, які набувають нових значень, не змінюючи своєї форми. Цей процес також називають семантичним розширенням або семантичним зрушенням. До прикладу green - набуло позитивної конотації "екологічний", "navigare" (плавати) - тепер також означає "користуватися інтернетом".

Зупинимось детальніше на запозиченнях - слова, які були перенесені з іншої мови в наслідок мовних контактів. Процес запозичення відбувається, коли мовці використовують елемент чужої мови у своїй. Джованні Адамо та Валері Делла Валле відзначають, що більшість нових запозичень в італійській мові походять з англійської, найбільше у культурній та економічній сферах. Вони також окреслюють важливість запозичень з французької, іспанської та інших мов. Процес запозичення викликає великий інтерес та різні погляди стосовно необхідності заміни первинних слів. З одного боку прихильники мовного пуризму вважають, що надмірне використання слів може призвести до зникнення унікальності італійської мови, а також може розмивати межі національної самобутності та ідентичності. З іншого боку запозичення є природнім процесом розвитку мови у наслідок процесу глобалізації, що розширює запас та допомагає адаптуватись до сучасних реалій. Лінгвісти стверджують, що мова є живим організмом, що неминуче еволюціонує, а взаємодія мов призводить до впливу мов одна на одну. Важливим є баланс між збереженням культурної ідентичності та можливістю інтегруватись до змін у суспільстві, це означає використання запозичених слів де вони є потрібними та водночас підтримувати розвиток національних мовних ресурсів [26].

Приклади запозичених слів в італійській мові: "clickare" (від англ. "to click"), "chattare" (від англ. "to chat"), "cyberspazio" (кіберпростір, від англ. "cyberspace"),

startup - стартап (новий бізнес, що швидко розвивається), coach - коуч (тренер або наставник) [23].

Класифікація допомагає дослідникам зрозуміти механізми, які лежать в основі мовних змін, а також відстежувати, як нові слова формують сучасний лексичний ландшафт. Розуміння ступеня новизни мовних одиниць також є важливим для лексикографії та мовної політики, оскільки дозволяє визначити, які слова варто включати до словників і як їх використовувати в навчанні та комунікації.

1.3 Способи творення неологізмів в італійській мові

Для утворення неологізмів використовують такі способи словотвору: є словоскладання, афіксація (суфіксальний, префіксальний, суфіксальнопрефіксальний способи словотворення), телескопія, конверсія, скорочення, запозичення та лексико-семантичний спосіб творення. Найбільше поширеними для української та італійської мов є словоскладання, афіксація та запозичення. Конверсія широко застосовується та дозволяє утворювати нові частини мови без змін у зовнішній формі слова, наприклад "twittare" - твітнути, "instagrammare" - постити в Інстаграм. Словоскладання є одним із найважливіших способів словотворення та невід'ємним засобом збагачення лексичного складу багатьох мов світу. Цей процес передбачає формування складних слів шляхом поєднання двох або більше основ, які існують у мові як самостійні форми. В результаті такого поєднання компоненти складного слова утворюють цілісну структурну єдність, хоча кожен з них потенційно може функціонувати як окрема лексична одиниця. Важливо відзначити, що словоскладання як метод творення нових слів відображає специфічні особливості кожної конкретної мови, демонструючи характерні риси, притаманні лише їй. В італійській мові багато складних слів, які легко створюються та розуміються

носіями мови, тому чіткий порядок слів допомагає зрозуміти відношення між компонентами складного слова, а традиція створення складних слів існує здавна. Найбільше за обсягом і кількістю типів складних слів є складні прикметники та іменники, рідше зустрічаються складні прислівники та дієслова. Туліо Де Мауро у своїх дослідженнях італійської мови підкреслює, що афіксація є найпродуктивнішим способом словотвору на сучасному етапі розвитку італійської мови. Він виділяє, що характерними ознаками та властивостями афіксів є продуктивність у творенні нових слів, здатність виражати певне значення при приєднанні до продуктивної основи, легкість виокремлення як словотворчого елемента, можливість утворювати нові слова від основ різного походження. Де Мауро зазначає, що основне завдання афіксації полягає у формуванні нового слова або модифікації його значення шляхом приєднання афікса до кореня або основи слова. У своїх роботах він виділяє три основні способи афіксації в сучасній італійській мові: суфіксація, префіксація, парасинтез - одночасне додавання префікса і суфікса [25 с 74-95]. Він також звертає увагу на семантичні особливості афіксів та їхню здатність змінювати не лише форму, але й значення слів, що є ключовим у процесі неологізації. Наприклад, додавання суфіксу ‘-mente’ до основи ‘Carezzone’ - імені італійського політика, утворює нове слово ‘Carezzonianamente’, вказуючи на спосіб дії або характеристику, притаманну Carezzone. Цей суфікс не лише змінює форму слова, але й додає нове значення, та розширює сферу його застосування. На даний час в італійській мові існує велика кількість афіксів, що різняться за значенням і призначенням, а їхнє поширення є настільки багатим та різноманітним, як ніколи раніше [23].

Як зазначає Джованні Адамо та Валері Делла Валле серед найбільш продуктивних префіксів варто відзначити cyber-: cyberbullismo (кібербулінг), eco-: ecoturismo (екотуризм), euro-: euroscettico (євроскептик), post-: post-verità (пост-правда), anti-: anti-austerity (проти заходів жорсткої економії), anti-Bassolino (протидія політику Антоніо Бассоліно), co-: co-sviluppo (спільний розвиток),

non-: non-partisan - використовується для позначення осіб, рухів або організацій, що не пов'язані з жодною політичною партією, biochip (біочіп), euro-zona (єврозона), e-book (електронна книга) [24].

Нові афікси та напівافیкси використовуються для створення неологізмів, що відображають нові поняття, явища чи тенденції в різних сферах життя: -on: neutron (нейтрон), positron (позитрон), -ase: lactase (лактаза), protease (протеаза), -sol: aerosol (аерозоль), -nik: beatnik (бітник), peacenik (пацифіст), -manship: brinkmanship (балансування на межі війни), oneupmanship (прагнення переваги), eco-: ecosystem (екосистема), ecotourism (екотуризм), mini-: miniskirt (міні-спідниця), minicomputer (мінікомп'ютер), maxi-: maxiskirt (максі-спідниця), maxicoat (довге пальто), ur-: urtext (початковий текст), ur-language (прамова), mega-: megastore (великий магазин), megacity (мегаполіс), cine-: cineplex (кінокомплекс), cinerama (сінерама), -oholic: workaholic (трудоголік), chocoholic (шокоголік) [23].

Туліо Де Мауро зазначав, що телескопія - це відносно нове, але досить поширене явище в італійській мові утворення нового слова шляхом злиття частин двох або більше слів. Для прикладу "aperitivo" + "cena" = "apericena" (вечірній аперитив з легкими закусками), де значення нового слова є комбінацією вихідних слів. Зазвичай нове слово складається з початкової частини першого слова та кінцевої частини другого [25, с. 74-95].

Конвенсія - є одним з основних продуктивних способів поповнення словникового складу сучасної італійської мови. Хоча італійська мова має більш розвинену морфологічну систему конверсія все ж відіграє важливу роль у словотворенні. Це пояснюється гнучкістю італійської граматичної системи, яка дозволяє певним словам функціонувати в різних частинах мови без зміни їхньої зовнішньої форми. В італійській мові конверсія часто відбувається за допомогою зміни артикля або закінчення слова, що допомагає визначити його граматичну функцію в реченні. Слова, що виступають у різних частинах мови, можуть бути

у конверсійних відносинах. У італійській мові значну частину слів, утворених шляхом конверсії, складають іменники, утворені від дієслів (особливо від інфінітивів). Також поширена конверсія прикметників в іменники. Рідше, але все ж зустрічається конверсія іменників у дієслова, особливо в сучасній розмовній мові та в контексті технологічних неологізмів. В українській мові конверсія зазвичай відбувається за допомогою суфіксів -ати/-увати/-ити.

Також розглянемо такий спосіб творення слів як скорочення - спрощенні складної мовної одиниці шляхом усічення або стягнення частини основи без зміни лексичного значення вихідної одиниці, коли лексичне утворення може відтворюватись у різних формах, такий як звукова та графічна. Прикладом може слугувати e-gov (electronic government) - електронне урядування, TG (telegiornale) - теленовини, web (від World Wide Web) - веб. Також скорочення виникають від двоскладних слів Tv (televisione) – tivu m, tivvu, Tg (telegiornale) – tiggi m, Ds m pl. (Democratici di Sinistra) – diesse m pl.

Одним із джерел поповнення лексичного складу мови є запозичення з інших мов. Нові слова адаптуються до системи іншої цільової мови такою мірою, що носії мови не відчують іншомовне походження слова, завдяки етимологічному аналізу ми можемо розпізнати у слові ознаки іншої мови та дослідити його походження. Іншомовне походження слів часто відслідковується у вигляді звукових, орфографічних, семантичних та граматичних особливостей. Зазвичай це слова терміни, які відносяться до спеціальних галузей науки, вони позначають поняття, які можуть бути характерними для певної країни. Способами передачі нових слів можуть бути як усні джерела, що сприймаються на слух, так і текстові, що фіксують слова письмово. Слова запозичуються із різних причин, наприклад виникає потреба у створенні нових лексико-семантичних груп, які або недостатньо розвинені, або взагалі відсутні в мові-реципієнті на певному етапі її розвитку. Також це може бути необхідність уточнити значення питомих слів, зменшивши їхню полісемію. Запозичення часто відбувається через те, що

запозичуване слово має більш чітке термінологічне значення у мові-джерелі, порівняно з відповідником у мові-реципієнті.

Лексико-семантичний спосіб творення – це неморфологічний метод утворення слів, який полягає в семантичному розщепленні полісемантичного слова з подальшим поступовим утворенням омонімів. Цей спосіб словотворення властивий як українській, так і італійській мовам і активно використовується для позначення нових явищ чи понять.

Для того, щоб повністю зрозуміти, як саме нові слова потрапляють в лексикон людини, варто розглянути, які існують види адаптації неологізмів в італійській мові. У мовознавстві виокремлюють чотири види адаптації чужомовних слів до мови-реципієнта. Перший вид – це фонетична адаптація, яка включає пристосування слова до звукової системи й наголосу мови-реципієнта. Це може включати зміну звуків або їх порядку для більшої відповідності звичним для носіїв мови-реципієнта звукам. Другий вид – графічна адаптація, що передбачає написання слова відповідно до орфографічних норм мови-реципієнта. Це може включати зміну написання окремих літер або їх комбінацій, щоб слово було зрозумілим і правильно вимовлялося за правилами нової мови. Третій вид – морфологічна адаптація, яка полягає у приведенні запозиченого слова у відповідність до граматичних правил. Це може включати додавання відповідних закінчень, зміни відмінків, чисел, щоб слово гармонійно вписувалося у граматичну структуру нової мови. Четвертий вид – семантична адаптація, яка включає пристосування значення слова до лексичної системи. Це може означати звуження або розширення значення слова, зміщення акцентів або навіть зміни у його вживанні залежно від контексту нової мовної культури

Окрім основних способів утворення неологізмів, варто поетапно розглянути сам процес появи і закріплення нового слова в мові. Процес створення нової лексеми починається з того, що людина (італ. *originatore*) створює нове слово. Далі ця лексична одиниця проходить стадію соціалізації, під час якої вона

сприймається суспільством, і лексикалізації, коли слово закріплюється в мовній системі. На цьому етапі слово потрапляє до посередників, які популяризують його серед широкої аудиторії. Зазвичай, засоби масової інформації відіграють ключову роль у розповсюдженні нової лексеми, забезпечуючи її популяризацію серед широкої аудиторії. Після того як слово пройшло стадію соціалізації та лексикалізації, воно фіксується в словниках неологізмів. Поступово, після цього етапу, нове слово інтегрується у загальноживану лексику, ставши частиною мовного середовища. Ланцюг створення та утвердження неологізму виглядає наступним чином: створення нового слова, соціалізація та популяризація, лексикалізація, закріплення в загальноживаній лексиці. Отже, «неологізм» – це є слово, значення якого з'являється у певний період часу в мові. Воно відображає неспинний розвиток суспільства. Нова лексична одиниця проходить стадії соціалізації та лексикалізації. З часом, якщо слово набуває широкого застосування протягом понад 20 років, воно може перейти з категорії пасивного вжитку в активний. Це відбувається, коли слово втрачає свою новизну та остаточно інтегрується в мовний вжиток, ставши частиною активної лексики і отримавши своє місце в словниках [26].

1.4 Семантичні особливості італійських неологізмів.

Оновлення словникового запасу мови внаслідок динамічного розвитку суспільства називається неологізацією. Процес неологізації відбувається у кожній мові, без винятку. Хоча багато дослідників вважають неологізми новими лексичними одиницями, які раніше не використовувалися в мовленні, існує також думка, що неологізми — це слова, які колись існували, але були забуті. Неологізми часто позначаються терміном «інновація». Інновація означає появу чогось нового в житті людини, викликану прогресом або змінами в її діяльності. У мовному контексті нове явище також називають інновацією. Неологізми в

суспільстві виникають з кількох причин. По-перше, існує потреба назвати нові предмети, поняття, властивості, дії або якості такою лексичною одиницею, яка найкраще відображає настрій суспільства в момент їх утворення. По-друге, у стані емоційного підйому чи експресії люди можуть створювати нові лексичні одиниці, які згодом закріплюються в соціумі і переходять у активний вжиток. Спочатку вони виступають як неологізми, а з часом набувають статусу постійно використовуваних слів. Лексичні інновації — це нові слова або словосполучення, які виникають у мові [11, с. 269]. Таким чином, неологізми можна розглядати як лексичні інновації. Варто зазначити, що деякі лексичні одиниці могли існувати в мові раніше, але отримали нові відтінки, значення та забарвлення, що робить їх лексичними інноваціями, які входять до словника неологізмів у мові [12, с. 103-107].

Семантичні неологізми — це нові слова, що виникають у мові через зміну значення вже наявних слів або через створення нових термінів для позначення сучасних концепцій, ідей та явищ. Особливість семантичних неологізмів в італійській мові полягає в запозиченні слів з інших мов, зокрема англійської, які набули нового значення, а також у поширенні і відтворенні нових ідей, технологій і культурних трендів. Часто італійські неологізми виникають унаслідок того, що наявні слова набувають нових значень або розширюють свої старі. Наприклад, слова, пов'язані з технологіями, можуть отримати нове значення у контексті цифрових інновацій. Розширення значень дозволяє мові реагувати на нові соціальні та культурні явища, зберігаючи при цьому сталість старих термінів. Наприклад спочатку слово “rete” означало "сітка" в буквальному сенсі, але тепер активно використовується для позначення інтернет-мережі або “navigare”, що спочатку означало “плавати” але тепер використовується для позначення "серфінгу" або навігації в Інтернеті. "Svapare" (від англ. "vape") що означає курити електронну сигарету. Цей неологізм відображає нове соціальне явище.

Багато італійських неологізмів вирізняються яскравим емоційним чи стилістичним забарвленням, що надає їм додаткового значення або виразності. Ці слова часто відображають не лише нові поняття чи явища, але й певне ставлення мовців до них. Наприклад "Aperitivare" (дієслово від "aperitivo" - аперитив), що означає проводити час за аперитивом з друзями і за своїм емоційним забарвленням передає атмосферу розслаблення, соціалізації та насолоди життям. "Mammone" (від "mamma" - мама), тобто доросла людина, яка все ще сильно залежить від матері, має легкий іронічний відтінок і показує інфантильність людини, яка покладається на маму в повсяденному житті, але при цьому неологізм не є агресивним чи зневажливим. Підкреслює феномен в італійському суспільстві про тривалу залежність дорослої людини від батьків. "Webete" (від "web" + "ebete") - людина, яка сліпо вірить усьому, що читає в інтернеті або ж людина, яка пише погані та агресивні речі в Інтернеті чи не розуміє потенціал Інтернету і як ним користуватись. Такий термін має сильно негативне та саркастичне емоційне забарвлення. "Spritzare" - пити спріц (популярний алкогольний напій), асоціюється з веселощами та відпочинком. Неологізм може почати своє життя як вузькоспеціалізований термін, а потім увійти в загальноживану лексику з розширеним або зміненим значенням, наприклад Covid-19, який спершу використовувався лише в медицині, а потім набув всесвітньої популярності. Також неологізм може мати різні значення в різних контекстах і з часом набувати нових значень. Іноді трапляється, що неологізм, використаний в незвичному контексті, швидко втрачає своє початкове значення, зберігаючи лише контекстуальне. Приклади неологізмів, які можуть мати декілька значень відповідно до контексту: "taggare" у соціальних мережах означає позначати когось на фото, у графіті культурі - залишати свій підпис на стіні, а в програмуванні додавати мітку до елемента коду. (джерело <https://unaparolaalgiorno.it/significato/webete>). Серед італійських дослідників, які

вивчали лексичні та семантичні неологізми, варто згадати Маріо Пецці, Луїджі Розі, Альдо Роберто де Ніро, Луїджі Гроссо.

1.5 Функціонування інноваційної лексики в різних сферах

Мова віддзеркалює навколишній світ та постійно зазнає внутрішніх змін. Соціальні чинники, історичні події, та діяльність окремих особистостей стимулюють і спрямовують вектори мовного розвитку. Нові досягнення техніки, поява нових наукових сфер та напрямків стають основними факторами, що впливають на формування неологізмів в італійській мові. Зміни в досвіді людини ведуть до появи нових і розширення старих фрагментів в картині світу, які потребують лексичної фіксації. Не всі неологізми закріплюються в мові надовго. Деякі з них є короткочасними явищами, пов'язаними з конкретними подіями чи трендами, в той час як інші стають постійною частиною лексикону. Активізація міжкультурної комунікації зумовлює потребу дослідження специфіки сприйняття й усвідомлення соціумом нових понять, визначення місця та ролі інноваційних лексичних засобів у системі знань про світ. Зміни в мові постають як результат дії зовнішніх факторів - інтенсифікації наукового процесу та демократизації суспільного життя. Основна кількість неологізмів знаходиться в таких групах:

Соціально-політична сфера, де неологізми часто використовуються для позначення змін у суспільстві, політичних концепцій та нових соціальних явищ. Слово може стати суттєвим поштовхом до змін, оскільки соціальні чинники відразу знаходять своє відображення в суспільно- політичній лексиці. Період трансформацій у соціумі відзначається активним зростом та розповсюдженням нової лексики та стає часом прискорення мовної динаміки. Для прикладу: *kidnaping* – викрадення дитини з метою збагачення, *impeachment* –

дострокове усунення особи с певної посади, brandalismo - брандалізм, новий напрямок анти-реклами, phone hacking - хакерство мобільних засобів зв'язку.

В культурній сфері неологізми з'являються, як результат у трендах та моді, також вони допомагають відобразити зміни у смакових уподобаннях та культурних інтересах спільноти. Часто нові слова, які виникають у медіа-культурі швидко стають частиною повсякденної мови, а соціальні платформи сприяють їх поширенню. Серед прикладів можна виділити: chat show - інтерв'ю з зіркою, яке йде в прямому ефірі, "fandom"- фандом для опису фанатських спільнот і їх діяльності, "cosplay" - косплей для опису захоплення перевдяганням в персонажів коміксів, фільмів або ігор, "narrativa transmediale" - трансмедійне оповідання для опису історій, які розповідаються через кілька медіа-платформ, "cultura dell'annullamento" - культура скасування, соціальний феномен, який передбачає бойкот окремих осіб, компаній або громадських діячів через поведінку, заяви чи дії, які вважаються неприйнятними або образливими, "blockbuster" - фільм, який здобув великий комерційний успіх, "bookcrossing" - обмін книжками, "cappotto trench" - елемент одягу, "telespazzatura" -жанр телевізійних ток-шоу.

Неологізми в науці виникають для позначення певних концепцій, технологій та досліджень. Часто ці терміни походять з англійської мови, яка є домінуючою в науковому світі. У сфері інформаційних технологій з'явилися такі неологізми, як "criptovaluta" - криптовалюта та "blockchain" - блокчейн. В галузі штучного інтелекту використовуються термін "rete neurale" - нейронна мережа. Біотехнології збагатили італійську мову словами "editing genomico" - геномне редагування та "terapia genica" генна терапія, "billing"- опис процесу виставлення рахунків за товари чи послуги, "feedback" - відгук, зворотній зв'язок або реакції на певні дії, продукти чи послуги, "blackout" - відключення електроенергії. Екологія та дослідження клімату принесли неологізми "antropocene" - антропоцен) та "ecoansia" - екотривога. У фізиці елементарних частинок

з'явилися терміни "bosone di Higgs" - бозон Хіггса, тобто квант поля Хіггса та "materia oscura" - темна матерія. Космічні дослідження збагатили мову словами "esopianeta" - екзопланета та "buco nero supermassiccio" - надмасивна чорна діра. Неологізми часто утворюються шляхом комбінування існуючих слів або додавання префіксів та суфіксів. Наприклад, "nanotecnologia" - нанотехнологія утворено з префікса "nano-" та слова "tecnologia". Інші неологізми є калькою з англійської, як-от "stampà 3D" (3D-друк) [26].

Італійська наукова спільнота іноді створює власні неологізми для заміни англіцизмів [21]. Це робиться для збереження мовної ідентичності та полегшення розуміння термінів широкою публікою. Однак, не всі такі спроби бувають успішними, і багато англійських термінів залишаються в ужитку. Щодо медичної сфери, то нові терміни виникають для опису нових хвороб, методів лікування та медичних технологій. Серед прикладів є: "salute elettronica" - використання інформаційних технологій та інтернету для поліпшення медичних послуг, "tecnologia indossabile" - пристрої, що носяться на тілі, які можуть відстежувати різні аспекти здоров'я та фізичної активності, такі як фітнес-трекери та смарт-годинники, "genomics" - дослідження геномів, "immunoterapia" - лікування, що використовує імунну систему організму для боротьби з хворобами, такими як рак, "biostampa" - використання технологій 3D-друку, "microbiota" - сукупність мікроорганізмів, що живуть в організмі людини, особливо в кишечнику, "baby boom" - значне збільшення народжуваності в певний період часу. Існує безліч складних слів, в яких друга частина є англійським словом boom, killer, record, наприклад: vendite-boom (торговий бум), bio-boom (бум біопродуктів), batteriokiller (бактерія-вбивця), nebbia killer (великий туман), influenza record (рекордна участь у виборах), folla record (величезний натовп) та інші. Неологізми пов'язані з професійною діяльністю виникають внаслідок впливу інших мов та культур через міжнародну співпрацю та адаптацію нових термінів. Розглянемо такі приклади: "informatico" - це фахівець, який працює у сфері інформаційних

технологій, “speechwriter” - це професіонал, який спеціалізується на написанні промов для інших осіб, враховуючи їхній стиль, потреби аудиторії та мету виступу, “clipmaker” - людина, яка спеціалізується на розробці, зйомці та монтажі музичних відеокліпів, “developer” - професіонал, який займається програмним забезпеченням, “freelancer” - незалежний працівник, який виконує проекти без довгострокових зобов'язань, “bug” - технічна помилка в програмі, “plankton d'ufficio” - офісний планктон, “gig economy” - тимчасова робота. Сучасний етап науково-технічного прогресу призвів до змін у системі словотворчих засобів, що включає використання нових дериваційних елементів. До них відносяться префіксоїди, такі як caro-, turbo-, pseudo-, psico-, toto-, bio-, eso-, і geo-, які тепер застосовуються для створення терміноодиниць. Ці неологізми формуються за допомогою віддієслівних основ, таких як aschiappa-, attira-, bloccsa-, cambia-, ruba-, salva-, sbanca-, spalma-, spilla-, і taglia-. Наразі спостерігається активна тенденція до використання словотворчих формантів за іншомовними зразками, зокрема з англійської мови, для створення італійських термінів-комполітів, наприклад: baby, bond, leader, mix, record, business, boom, shopping, manager.

Неологізми пов'язані з комп'ютерною технікою та інтернетом з'являються через зміни у цифровій сфері. Наприклад термін “hacker” - це особа, яка використовує свої навички для проникнення в комп'ютерні системи або програмне забезпечення, “ban” - обмеження функцій, “hashtag” - знак, який використовують для позначення ключових слів або тем у соціальних мережах та позначається #, “spam” - небажані електронні листи, які масово розсилаються з метою реклами, шахрайства або збору особистих даних, “troll” означає людину, яка навмисно провокує конфлікти або розміщує образливі чи провокаційні повідомлення на онлайн-форумах, у соціальних мережах чи коментарях.

Удосконалення військової техніки, резонанс навколо військових конфліктів дали поштовх до наукових досліджень і в свою чергу до засвоєння

неологізмів армійської тематики. Всі більше прикладів ми можемо знаходити в художньому та публіцистичному стилях. Термінологічну основу неологізмів цієї теми є запозичення з мов країн-членів НАТО. Більшість з них описує назви зброї, амуніції та споруд. Для прикладу Uбах - сорочка, призначена для носіння військовими, Norgi - елемент одягу, Nomex - водонепроникна та вогнетривка куртка, Bayraktar - військового ударний оперативно-тактичний безпілотний літальний апарат турецького виробництва, Caver - спеціальний чохол на каску, FGM-148 Javelin - переносний протитанковий ракетний комплекс, HIMARS американська реактивна система залпового вогню на колісному шасі, Drone - безпілотний літальний апарат, що використовуються для розвідки або атаки.

Дослідження неологізмів у різних сферах життя дозволяє зробити ряд важливих висновків щодо розвитку та збагачення мови в сучасному світі. Неологізми відіграють ключову роль у відображенні соціальних, технологічних та культурних змін у суспільстві. Вони служать лінгвістичним барометром, що вказує на нові тенденції, явища та концепції в різних галузях людської діяльності. Найбільша кількість нових слів з'являється в галузях, що швидко розвиваються, таких як інформаційні технології, соціальні медіа, наука та техніка [13, с. 68-72]. Це пов'язано з постійною появою нових понять, які потребують мовного вираження. Процес утворення неологізмів демонструє гнучкість та адаптивність мови. Нові слова створюються різними способами: запозиченням з інших мов (особливо з англійської), словоскладанням, афіксацією, аббревіацією та семантичним розширенням існуючих слів. Глобалізація та розвиток інтернет-комунікацій значно прискорили процес поширення неологізмів. Нові слова можуть швидко набувати популярності та входити до активного вжитку в різних мовних спільнотах.[26]

Неологізми часто відображають зміни в суспільних цінностях та пріоритетах. Наприклад, поява великої кількості термінів, пов'язаних з екологією та сталим розвитком, свідчить про зростаюче усвідомлення важливості цих

питань. Вивчення неологізмів у професійних сферах (медицина, юриспруденція, економіка) показує, як мова адаптується до нових реалій у спеціалізованих галузях знань, створюючи точні терміни для нових концепцій та явищ.

Отже, неологізми демонструють тісний зв'язок між мовою та соціокультурним контекстом, оскільки в повсякденному мовленні часто відображають зміни в способі життя, моді та популярній культурі. Таким чином, вивчення неологізмів у різних сферах життя не лише збагачує наше розуміння мовних процесів, але й дає цінну інформацію про соціальні, культурні та технологічні зміни в суспільстві. Це дослідження підкреслює динамічну природу мови та її здатність постійно еволюціонувати, відображаючи реалії сучасного світу.

Висновки до розділу 1.

Неологізми – це нові слова, словосполучення, фразеологізми або окремі їх значення, що виникають на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, що стають актуальними під впливом соціальних і територіальних факторів, а також okazіоналізми – індивідуально-авторські нововведення, що використовуються один раз у мовній практиці конкретного автора, видання або в окремому тексті. Неологізм — це нове слово або вираз, який виникає в мові для позначення нових понять, явищ або об'єктів. Неологізми можуть бути як результатом внутрішньомовних процесів (утворення нових слів на базі існуючих), так і наслідком зовнішнього впливу (запозичення з інших мов).

Поява неологізмів в італійській мові є природним процесом. Необхідність нових слів переважно викликана позамовними чинниками, зокрема соціальними та політичними змінами. Це важлива тема, оскільки неологізми постійно з'являються в різних сферах мови, не тільки в суспільно-політичній лексиці. Сюди входять також нові терміни науки, літератури, мистецтва, виробничо-

технічна лексика, пов'язана з розвитком економіки, військові терміни та слова, що позначають нові поняття у сфері культурно-побутового обслуговування.

Крім того, італійська мова збагачується неологізмами іншомовного походження, особливо науково-технічними термінами та назвами виробничих об'єктів. Основна функція неологізмів – збагачення мови. Вони служать як для називання нових явищ, так і для заміни старих термінів на нові, що може бути обумовлено різними причинами, як-от прагненням до економії мови, точнішої номінації або соціально-політичними факторами. Творення неологізмів є безперервним і вічним процесом, який відіграє важливу роль у розвитку мовної системи і забезпечує її життєздатність у постійно змінному світі.

Мовна практика показує, що оновлення та стилістичні нюанси відіграють ключову роль у сучасній італійській літературній мові, впливаючи на сприйняття, поширення, визнання та закріплення лексичних інновацій у масовій свідомості читачів. Лексичні зміни у сучасній італійській мові викликають занепокоєння серед деяких італійських дослідників, які стверджують, що нові вирази та неологізми, проникаючи в повсякденну мову, можуть одночасно як збагатити, так і збіднити її. Семантичні особливості неологізмів відображають сучасні культурні, соціальні та технологічні зміни.

Особливу роль нова термінологія відіграє в умовах зростаючої інтеграції країн і міжнародних економічних зв'язків. Розширення та ускладнення терміносистеми італійської мови відображають прогресивний розвиток суспільства та вплив глобалізації, інтеграції, регіоналізації і міжкультурної взаємодії [26]. Наприкінці ХХ та на початку ХХІ століть економічна сфера стала одним із головних джерел неологізмів в італійській мові через нові соціально-економічні тенденції та напрями розвитку.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ СУЧАСНИХ ІТАЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ

Цей розділ присвячений структурно-семантичному аналізу сучасних італійських слів. Ми розглянемо методику відбору та аналізу неологізмів, морфологічну структуру новоутворень, семантичні групи та особливості нових слів, а також сфери їх активного вживання. Відбір та аналіз неологізмів є важливим завданням, яке потребує ретельного підходу, включаючи визначення джерел інформації, збір та попередню обробку текстів, ідентифікацію нових слів та їх подальшу класифікацію.

Аналіз неологізмів дозволяє зрозуміти їхній семантичний зміст, частотність вживання та соціолінгвістичні характеристики. Ми детально розглянемо методи та підходи, що дозволяють ефективно працювати з новими словами та виразами, а також особливості морфологічної структури новоутворень, які відображають мовні тенденції та процеси в сучасній італійській мові.

Цей розділ надасть глибокий і всебічний аналіз сучасних італійських неологізмів, їх структурних та семантичних характеристик, що сприятиме кращому розумінню мовних змін, які відбуваються в італійському суспільстві. Відбір неологізмів потребує детального підходу, тому що є важливим завданням. Він охоплює визначення джерел інформації, збір та попередню обробку текстів, ідентифікацію нових слів та їх подальшу класифікацію. Аналіз неологізмів дозволяє зрозуміти їхній семантичний зміст, частотність вживання та соціолінгвістичні характеристики. Наявність неологізмів у мові вказує на рухомість та мобільність лексичної системи італійської мови, яка збагачується у зв'язку з номінацією нових подій, явищ, предметів які з'являються у житті мовної спільноти та вимагають нову лексему для свого найменування.

2.1 Методика відбору та аналізу неологічного матеріалу

Мова у сучасному світі є динамічною, оскільки відображає соціальні впливи та культурні зміни, розвиток суспільства в цілому. Методика відбору та аналізу неологічного матеріалу спрямована на класифікацію та систематизацію нових слів та явищ, що з'являються у мові. Це процес, який включає в себе кілька етапів, які дозволяють науковцям фіксувати та аналізувати структуру неологізмів, функціонування та значення у мовній сфері.

Лексичний фонд італійської мови поповнюється значною мірою за рахунок сучасних італійських ЗМІ, що є одним з основних джерел неологізмів. Італійські ЗМІ приймають особливо активну участь у впровадженні нових слів і часто стають першоджерелом появи неологізмів, які потім входять у вжиток, тому що вони оперативіно створюють нові терміни для опису подій, які турбують суспільство, а редакційні колективи стають авторами неологізмів намагаючись точно відтворити нові явища. ЗМІ є важливим учасником мовних змін у кожній розвиненій країні, наприклад лінгвістичні рубрики та колонки експертів обговорюють та аналізують слова, що сприяє інтеграції нового слова у систему мови. Також ЗМІ часто відбирають найбільш потрібні слова, які мають шанс закріпитись в мові, вони часто є посередниками у процесі інтеграції іншомовних слів в італійську мову, адаптуючи їх до італійської фонетики та граматики. Онлайн-версії традиційних ЗМІ також є важливим джерелом неологізмів, адаптуючись до цифрового формату. Газети, такі як "Corriere della Sera", швидко реагують на суспільні зміни, впроваджуючи нові слова. Наприклад: "Aperisena" - поєднання аперитиву та вечері, неформальна вечірня трапеза з напоями та легкими закусками, "Fantapolitica" - політична фантастика або нереалістичні політичні сценарії, "Rimborsite" - жартівливий термін для позначення надмірного прагнення отримати відшкодування витрат, "Trufficare" - дієслово, що означає

шахраювати або обманювати, особливо в контексті інтернет-шахрайства, "Selfante" - людина, яка надмірно захоплюється селфі, "Webete" означає людину, яка некритично сприймає інформацію з інтернету, "Svapare" - використовувати електронну сигарету. Конкурент газети "Corriere della Sera" "La Repubblica" часто використовує неологізми у своїх статтях, особливо в розділах про технології та культуру. Економічна газета "Il Sole 24 Ore" є джерелом нових термінів у сфері бізнесу та фінансів.[14] Наприклад: "Cripto valuta" - криптовалюта, "Startup innovativa" - інноваційний стартап, термін, який часто використовується в контексті нового італійського законодавства про підприємництво, "Economia circolare" - циркулярна економіка, модель економіки, спрямована на усунення відходів та максимальне використання ресурсів, "Smart contract" - розумний контракт, автоматизований договір на блокчейні, "Furbetti del quartiere" - жартівливий термін для позначення фінансових шахраїв або інсайдерів, "Decrescita felice" - концепція "щасливого спаду", яка пропагує зменшення виробництва і споживання, "Prosumer" (від "producer" + "consumer") - споживач, який також є виробником, особливо в контексті енергетичного ринку, "Uberizzazione" - уберизація, процес трансформації традиційної бізнес моделі на модель, подібну до Uber, "Disintermediazione" - дезінтермедіація, усунення посередників у бізнес-процесах, "Gig economy" - економіка короткострокових контрактів, "Influencer marketing" - маркетинг впливу, стратегія, що використовує впливових осіб для просування продуктів, "Crowdfunding" - краудфандинг, колективне фінансування проектів, "Industria 4.0" - концепція "четвертої промислової революції". Ці неологізми відображають сучасні тенденції та тренди в економічній сфері життя в країні, а їх використання у газеті лише сприяє швидкому поширенню серед мас.

Журнали, зокрема "L'Espresso", відіграють важливу роль у популяризації нових слів серед широкої аудиторії. Тижневий журнал "Panorama" часто вводить неологізми, пов'язані з сучасними тенденціями та стилем життя [15]. Журнали

охоплюють великий спектр тем, він науки до моди, що дає їм більше простору для аналічних матеріалів, де часто з'являються нові концепти та відповідні їм слова. Спеціалізовані видання відіграють особливу роль у створенні професійної лексики, яка згодом може увійти в загальноповсякденну мову.

Інтернет-видання, такі як "Il Post", оперативно реагують на мовні інновації, особливо в молодіжному середовищі. [16] Онлайн медіа, блоги, соціальні платформи стали потужним джерелом поширення нових слів, які швидко реагують на появу мовних новинок та фіксують глобальні тренди.

Телебачення та радіо сприяють швидкому поширенню слів завдяки своїй аудіовізуальній природі, що дає можливість широким масам ознайомитись з новим словом. Серед молоді особливо популярними є ток-шоу та розважальні передачі, вони мають великий вплив на розмовну мову і стають майданчиком для створення та популяризації нових слів.

Спеціалізовані видання з моди, як-от "Vogue Italia", вводять нові терміни у сфері моди та дизайну [17]. Ось приклади таких термінів: "Atletico-chic" - Поєднання спортивного та повсякденного стилів, який зручний для тренувань, але також стильний і підходить для щоденного носіння, "Guardaroba capsule" - колекція з кількох основних елементів одягу, які легко комбінуються між собою, "Moda fluida" - мода, яка не прив'язана до традиційних гендерних ролей, дозволяючи одягу бути універсальним для всіх, "Moda sostenibile" - мода, орієнтована на екологічну відповідальність, використання екологічно чистих матеріалів та етичних виробничих практик., "Riciclo creativo" - процес перетворення старого або непотрібного одягу у нові, модні предмети гардеробу, надаючи їм нове життя і зменшуючи кількість відходів.

Саме завдяки періодичній пресі частина запозиченої лексики досить швидко освоюється, збагачується похідними утвореннями. Лексичні новації поповнюють загальний жаргон сучасної італійської мови. Розглянемо декілька прикладів:

1. *Calciopoli* – це термін, що позначає корупційний скандал в італійському футболі 2006 року, який стосується змови між командами вищих дивізіонів чемпіонату Італії, Серії А та Серії В. У статті стверджується: «Минуло десять років з моменту вибуху скандалу, але Кальчополі ніколи не закінчиться» (*Calcio* 15/03/2016).

2. *Calmieratore*. Походить від слова «*calmierare*», що означає встановлювати тверді ціни і перекладається як «встановлювач цін». «*Un fattore calmieratore dei prezzi, come già segnalato, è sicuramente l'elevata promozionalità*». – «Як раніше вже зазначалося, фактором встановлювача цін є, безумовно, розповсюджена реклама (промоція)». (*Instore* 03/02/2016).

3. *Canzonettaro* – це термін, що означає «пісенний любитель» або «той, хто пише, виконує і захоплюється піснями». У своїх словах герой висловлює: «Я – пісенний любитель і намагаюся передати відчуття, схожі на незмінний аромат Ламbrate, який властивий тільки йому і не знайдеш в жодному іншому місці, навіть у Мілані» (*La Repubblica* 18/06/2015).

4. *Casalinghitudine* – це неологізм, який можна перекласти як «домогосподарство» або «стан будинку». У реченні: «*Una cucina di territorio, tradizionale, sapientemente intrisa di casalinghitudine*» – це звучить як «Традиційна місцева кухня, майстерно приготовлена домогосподаркою» (*Il mattino* 20/12/2015).

5. *Dealfabetizzazione* – це термін, що означає «розповсюдження неписьменності». Він утворений від слова «*analfabetismo*», яке також позначає неписьменність, з додаванням префікса *de-*. Цей неологізм виник в італійській мові через те, що багато людей, які не вміли читати та писати, впливали на інших, що призвело до поширення неписьменності. У реченні: «*Il fenomeno della dealfabetizzazione colpisce in percentuali rilevanti Paesi tra i più svariati del mondo, anche Finlandia, Corea, Giappone, con sistemi di istruzione esemplari*» – це можна перекласти як: «Явище розповсюдження неписьменності вражає значні відсотки в

різних країнах світу, зокрема у Фінляндії, Кореї та Японії, які мають зразкові системи освіти» (Corriere della Sera 21/05/2015).

6. Dealfabetizzazione – це термін, що перекладається як «розповсюдження неписьменності». Він утворений від слова «analfabetismo», яке позначає неписьменність, з додаванням префікса de-. Цей неологізм з'явився в італійській мові через те, що багато людей, які не вміли читати і писати, значно впливали на інших, внаслідок чого неписьменність почала поширюватися. У реченні: «Il fenomeno della dealfabetizzazione colpisce in percentuali rilevanti Paesi tra i più svariati del mondo, anche Finlandia, Corea, Giappone, con sistemi di istruzione esemplari» можна перевести як: «Явище поширення неписьменності вражає значні відсотки різних країн світу, зокрема Фінляндію, Корею та Японію, які мають зразкові освітні системи» (Corriere della Sera 21/05/2015).

7. Ecocasa – це термін, що означає «екобудинок» (будинок, який може бути побудований з екологічних матеріалів, навіть зі сміття або бруду). Наприклад: «Датські архітектори з компанії BIG розпочали проектування екобудинку для відпочинку, де літні люди зможуть активно проводити свій час» (Rinnovabili 06/11/2015).

Вибрані джерела користуються високою репутацією в суспільстві, регулярно оновлюючи інформацію про останні події та відображаючи сучасний стан італійської мови. Застосування актуальних джерел сприяє збору сучасного неологічного матеріалу та надає змогу отримати свіжі неологізми, які використовуються в різних сферах життя мовця.

Неологізми, як свідчення динаміки мови, знаходять своє місце в різноманітних сферах життя, що свідчить про їх важливість у сучасному спілкуванні. Перш за все, вони активно використовуються в науковій та технічній сферах, де виникають нові терміни, що описують інновації, технологічні досягнення та нові відкриття. Наприклад, у сфері інформаційних технологій часто з'являються нові поняття, пов'язані з програмуванням, комп'ютерними системами

та інтернет-культурами. Крім того, неологізми широко представлені в медіа, включаючи газетні статті, телевізійні програми та соціальні мережі, де вони допомагають відобразити актуальні суспільні явища, модні тенденції та культурні зміни. Це дозволяє мовцям швидше адаптуватися до змін у суспільстві та відображати їх у своїй мові.[13 с 68-72]

У рекламній сфері нові слова часто використовуються для привернення уваги споживачів, створення оригінальних слоганів або опису нових продуктів. Вони можуть також допомогти встановити емоційний зв'язок з аудиторією та підкреслити інноваційність бренду.

Також щодо неологізмів в культурній та соціальній сферах, де вони можуть служити засобом для вираження нових ідей, поглядів та цінностей, які з'являються в суспільстві. Таким чином, сфери використання неологізмів є дуже різноманітними і свідчать про постійний розвиток мови та її здатність реагувати на зміни в суспільстві, технологіях і культурі [26].

Отже, неологізми відіграють важливу роль у збагаченні мовного запасу, відображаючи актуальні тенденції та зміни в суспільстві, що робить їх невід'ємною частиною сучасної мови.

2.2 Морфологічні структура новоутворень

Одним із головних способів утворення неологізмів є морфологічний. В італійській мові нові слова створюються за допомогою різних морфологічних засобів, таких як префікси, суфікси, комбінація морфем (словоскладання), а також шляхом утворення аббревіатур та скорочень. Цей процес є досить ефективним і дозволяє мові відповідати на потребу людини давати назви новим явищам та поняттям, відображаючи їх.

Морфологічний спосіб творення вважається одним із ключових, оскільки він є чітко регульованим та передбачуваним. Італійська мова має добре

розвинену морфологічну систему, що дає змогу синтетично виражати нові значення, поняття та явища. Таким чином, неологізми створюються відповідно до вже наявних у мові правил та механізмів словотворення.

В італійській мові префікси широко використовуються для утворення нових слів. Префікс – це частина слова, яка додається перед коренем і служить для створення нових лексичних одиниць. Префіксація є досить поширеним явищем, яке можна спостерігати у великій кількості слів. Префікси можуть стояти як перед коренем слова, так і перед іншим префіксом. У нормативній італійській мові більшість префіксальних утворень стосується дієслів, проте в сучасній мові все більше префіксів використовується для виділення інших синтаксичних категорій. Префікси в італійській мові можуть мати грецьке, латинське або романське походження, і часто вони мають власне автономне значення. Завдяки цьому, додавання префікса до основи слова змінює його семантичний зміст, створюючи нове значення. Найчастіше в італійській мові використовують такі префікси для створення неологізмів:

- "cyber-" (зазвичай пов'язаний з комп'ютерними технологіями).

Приклади: cybersecurity - кібербезпека, cyberbullismo - кібербулінг.

- "auto-" - autofinanziamento - самофінансування, autopromozione - самореклама.

- "super-": super-immunità - супер імунітет.

- "eco-": ecoturismo - екотуризм, superfood - корисна їжа.

- "bio-": biopattumiera - біосміття, biosacchetto - біосумка, що виготовлена з натурального матеріалу.

- "multi-": multipoltrona - багатопосадовість.

- "post-": post-verità - пост-правда.

- "de-" або "dis-": descolarizzazione - процес переходу від традиційної шкільної системи.

- "nano-": nanocapitalismo - малий капіталізм.
- "anti-": antivirus - антивірус, antisistema - антисистема.
- "iper-": iper-burocrazia - гіпербюрократизм.
- "meta-": metadati - метадані, сукупність допоміжних даних, які сприяють детальному і повному опису об'єкта або предмета;
 - "micro-": microimpresa - мікропідприємство, microcredito - мікrokредит.
 - "tele-": telelavoro - дистанційна робота, telemedicina - телемедицина.
 - "neo-": neo-familismo - нова форма сімейного фаворитизму, яка переважає над соціальними зобов'язаннями.
 - "re-" або "ri-": reinventare - заново винайняти, riqualificazione - перекваліфікація.
 - "pro-": pro-attivo - проактивний, pro-europeo - проєвропейський.
 - "trans-": transumano - трансшуманний, transmediale - трансмедіа.
 - "ultra-" - ultraveloce - ультрашвидкий, ultramoderno - ультрасучасний.

Префікси відіграють важливу роль у мовленні, оскільки вони дозволяють створювати нові слова, змінюючи значення кореня. Використання префіксів є одним із найпоширеніших способів словотворення в італійській мові.

Іншим, не менш поширеним способом утворення неологізмів є додавання суфіксів. Суфікс — це частина слова, що розміщується після кореня. Додавання суфіксів вважається одним із ключових методів створення нових слів та збагачення словникового запасу. На відміну від префіксів, суфікси не мають самостійного значення, проте виконують важливу синтаксичну роль в утворенні іменників, прикметників або дієслів. Суфіксація, таким чином, дозволяє змінювати слова, переводячи їх з однієї частини мови в іншу. Існує кілька типів суфіксації:

- Суфікси для утворення прикметників: -oso/-osa, -ale - "Economia digitale" цифрова економіка.
- Суфікси для утворення дієслів: -are, -izzare - "Globalizzare" глобалізувати.
- Зменшувальні суфікси: -ino/-ina, -etto/-etta - "Apericenina" - комбінація аперитиву та вечері, але у зменшеній формі.
- Пейоративні суфікси, тобто ті які мають зневажливе значення: -accio/-accia, -astro/-astra "Appaccia" - погано розробений мобільний застосунок.
- Запозичені суфікси: -ing, -ismo – "Housing" - послуги, що пропонуються постачальниками послуг Інтернету, які надають у своїх центрах обробки даних приміщення, стійки або їх частини та послуги (енергопостачання, кондиціонування повітря, безпека, пропускна здатність, допомога тощо) для розміщення серверів своїх клієнтів, гарантуючи максимальну надійність роботи при мінімальних витратах.

Парасинтетичний спосіб утворення неологізмів - це особливий тип словотворення, характерний для романських мов, зокрема італійської. Цей метод поєднує в собі одночасно префіксацію і суфіксацію, часто з додаванням зміни частини мови. Особливістю парасинтетичного способу є одночасне додавання префікса і суфікса до кореня слова. Часто супроводжується зміною частини мови та новоутворене слово не може існувати без одного з цих афіксів.

- "Deoglizzare" (зменшити залежність від Google, корінь "Google", префікс: "de-" суфікс: "-izzare").

Ще одним способом морфологічного утворення неологізмів в італійській мові є словоскладання. Цей принцип ґрунтується на об'єднанні двох або більше елементів, які можуть мати самостійне значення або не мати. Проте, італійській мові властиві певні особливості: зазвичай вона поєднує лише два автономні слова, на відміну від інших мов, які можуть використовувати більше. Слова, що

утворюються шляхом словоскладання, називаються складними. Пропонуємо розглянути такі приклади:

- Agriturismo (agri + turismo): Сільський туризм, відпочинок на фермі.
- Bioarchitettura (bio + architettura): Екологічне будівництво.
- Fotoromanzo (foto + romanzo): Роман у фотографіях.
- Ecomafia (eco + mafia): Злочинні організації, що займаються екологічними злочинами.
- Geopolitica (geo + politica): Геополітика.
- Agrigelateria (agri + gelateria): Морозиво, виготовлене з продуктів власного фермерського господарства.
- Musicoterapia (musico + terapia): Музикотерапія.
- Cybercriminale (cyber + criminale): Кіберзлочинець.
- Agroalimentare (agro + alimentare): Сільськогосподарський та харчовий.
- Tecnostress (tecno + stress): Стрес, викликаний надмірним використанням технологій.
- Infotainment (info[rmazione] + [intrat]tainment): Поєднання інформації та розваг.
- Gastrofilosofia (gastro + filosofia): Філософія їжі та кулінарії.
- Ecosistema (eco + sistema): Екосистема.
- Fotomodella (foto + modella): Фотомодель.
- Biodiversità (bio + diversità): Біорізноманіття.

На завершення, варто згадати про такі ключові поняття, як аббревіація та скорочення. Ці процеси словотворення особливо характерні для сучасного розвитку неологізмів і часто використовуються в розмовній мові, що зумовлено розвитком технологій, урбанізацією та зростаючим використанням соціальних мереж у вільний час. Аббревіатура – це скорочення слів, які використовуються

для економії часу та простору в письмовій або усній комунікації. [31, с. 344] У нашому сучасному світі абрєвіатури виникли закономірно, оскільки вони допомагають спростити використання довгих наукових термінів, а в розмовній мові абрєвіатури роблять висловлювання менш формальними та додають сучасного звучання. В багатьох міжнародних сферах (наприклад, транспорт, бізнес, техніка) абрєвіатури допомагають створити універсальні терміни, зрозумілі людям різних культур та мов. Це спрощує комунікацію між людьми з різних країн. SPID (Sistema Pubblico di Identità Digitale) Система публічної цифрової ідентифікації, DAD (Didattica A Distanza), Дистанційне навчання, LGBT - ЛГБТ, FOMO - психогічна патологія, яка складається з тривоги бути виключеним із віртуальної реальності або занепокоєння в неможливості отримати найкращу фінансову інвестицію, особливо на ринку віртуальної криптовалюти. Скорочення відіграють важливу роль у зменшенні кількості слів у тексті, роблячи мовлення більш лаконічним і зрозумілим. Це явище особливо популярне серед молоді. Окрім скорочень, де випадають деякі літери зі слова (наприклад, "sis" – sistema, "bn" – bene, "cpt" – capito), для економії часу під час переписки через електронні пристрої в соціальних мережах молодь також часто використовує поєднання букв і цифр або графічні символи (+, -, #), що виглядає так:

- +o – più o meno (більш-менш)
- xché – perché (чому?)
- bgrz – sei grazie (дякую)
- tvb – ti voglio bene (я тебе люблю)
- se# – settimana (тиждень)
- cmq – comunque (в будь-якому випадку)
- nn – non (ні)
- xò – però (але)

Таким чином, абрєвіатури та скорочення значно впливають на появу неологізмів у сучасній італійській мові, і їхнє використання простежується в різних сферах – від повсякденного спілкування та сленгу до політичних, економічних і міжнародних термінів.

Морфологічна структура новоутворень, або неологізмів, у мовознавстві є важливим аспектом їхнього аналізу. Вона розглядає те, як нові слова формуються шляхом поєднання різних морфем, таких як корені, афікси (суфікси і префікси), а також інші елементи. Основними способами морфологічного творення неологізмів є афіксація, композиція, скорочення, а також запозичення і семантичне переосмислення.

Висновки до розділу 2.

Аналіз сучасних італійських неологізмів у контексті їх структурно-семантичної організації дозволяє зробити висновок, що італійська мова є досить гнучкою і здатною адаптуватися до нових соціокультурних та технологічних змін. Основними джерелами виникнення неологізмів є медіа, політика, наука, культура та інші сфери життя, що активно змінюються під впливом глобалізації, технологічного прогресу та міжкультурних контактів. Італійська мова не просто відображає ці зміни, а й стає інструментом для їх фіксації у лексичній системі.

Одним з основних результатів цього дослідження є виявлення основних мовних тенденцій, пов'язаних із виникненням нових слів та термінів. Неологізми можуть з'являтися як шляхом внутрішньомовних процесів, так і через запозичення, особливо з англійської мови. Цей процес запозичення є яскравою ознакою глобалізаційних впливів на італійське суспільство та мову. Наприклад, такі терміни, як "smartworking" (дистанційна робота) та "digitalizzazione" (оцифрування), з'явилися під впливом глобальних економічних і технологічних змін. Приклади запозичених неологізмів:

1. *Criptoaluta* – слово, яке з'явилося в італійській мові під впливом англійського терміну "cryptocurrency". Воно відображає важливу тенденцію у сфері фінансів та технологій, а також зростання популярності децентралізованих платіжних систем.

2. *Uberizzazione* – запозичення з англійського "Uberization", що стосується процесів зміни бізнес-моделей, які стають більш гнучкими та орієнтованими на цифрові платформи.

Дослідження морфологічної структури італійських неологізмів виявило різноманітність способів утворення нових слів. Найбільш поширеними є:

- Префіксація та суфіксація, що забезпечують створення нових слів шляхом додавання афіксів до існуючих коренів. Наприклад, термін "prosumer" (поєднання слів "producer" і "consumer") є прикладом інноваційного підходу до економіки, де споживач одночасно є виробником.

- Словоскладання, що активно використовується для утворення складних слів, як, наприклад, у терміні "apercena" – поєднання слів "aperitivo" (аперитив) та "cena" (вечеря).

- Комбінування слів, яке створює нові концепти, відображаючи зміни у повсякденному житті та соціумі, як, наприклад, "webete" (поєднання "web" і "ebete", що описує людину, яка бездумно сприймає інформацію з інтернету).

Не менш важливими є процеси утворення нових слів за допомогою іншомовних елементів, зокрема англіцизмів. Це відображає потужний вплив англійської мови на італійську мовну систему, особливо в галузях, пов'язаних з технологіями, економікою та культурою. Наприклад, слово "smartphone" майже без змін було інтегровано в італійську лексику, оскільки воно відображає технологічний продукт, що став невід'ємною частиною сучасного життя.

Щодо морфологічних процесів в італійській мові, то суфікс *-izzazione* використовується для позначення процесів та змін, що відбуваються під впливом технологічних інновацій або соціальних змін, як, наприклад, у словах

"digitalizzazione" (оцифрування) або "uberizzazione" (перехід на бізнес-моделі на основі цифрових платформ). Суфікс -mento часто використовується для позначення нових явищ або процесів, які мають значний вплив на суспільство, як у випадку з терміном "confinamento" (локдаун).

З семантичної точки зору, неологізми відображають актуальні зміни у житті італійців, їх взаємодію з технологіями та розвиток соціальних процесів. Наприклад, слово "greenwashing" (екологічне фарисейство) стосується ситуацій, коли компанії використовують екологічні слогани для покращення свого іміджу, але фактично не вносять ніяких реальних змін.

Таким чином, неологізми не лише збагачують італійську мову, а й відображають важливі процеси у суспільстві, такі як глобалізація, цифровізація, зміни у сфері праці та культури. Вони є важливим свідченням того, що мова є живим організмом, здатним реагувати на соціальні, економічні та культурні виклики сучасності. Сучасні неологізми стають віддзеркаленням нових форм комунікації, соціальних відносин та економічних моделей, демонструючи, як швидко змінюється італійське суспільство у відповідь на глобальні процеси.

Мовні інновації, зокрема неологізми, є важливими індикаторами того, наскільки італійська мова залишається гнучкою та відкритою до нових впливів.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ІТАЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Опанувавши структурно-семантичні особливості та перекладацькі аспекти неологізмів, перекладач зможе досягти високого рівня професіоналізму, йти в ногу з часом та впевнено використовувати нові терміни. Проте, при перекладі часто виникають труднощі у виборі відповідних слів в іншій мові, оскільки соціокультурні та історичні умови носіїв мови, на яку здійснюється переклад, можуть не передбачати існування певних понять. Це особливо стосується перекладу неологізмів, що використовуються для позначення нових предметів чи концептів у таких сферах, як техніка, наука, політика, або для надання експресивності чи переконливості повідомленням.

3.1 Проблеми та стратегії відтворення неологізмів при перекладі

Особливість неологізмів полягає в тому, що вони можуть бути не зафіксовані у словниках.[10, с.83-156] Під час перекладу таких одиниць іноді доводиться вдаватися до контекстуальних замінів або описового перекладу. Під час перекладу неологізмів, що належать до фонові лексики (лексика, яка відрізняється семантичними відтінками між мовою оригіналу та мовою перекладу), застосовується наближений переклад. Це означає, що основне значення слова зберігається, проте лексичний фон у мові перекладу може відрізнитися від оригіналу. Використання транслітерації або транскрипції має бути обережним, оскільки це може призвести до втрати смислової цінності слова в мові перекладу та до появи кількох варіантів перекладу одного і того ж терміна, що є небажаним. Калькування ж найчастіше використовується при перекладі еквівалентних понять або для позначення нових термінів. Типовими помилками

у перекладі є пропуск справжніх неологізмів, заміна їх іншими термінами або надмірне коментування несуттєвих деталей. Адекватність передачі прагматичного значення неологізмів значною мірою залежить від особистості перекладача, його професійної компетенції, вікових особливостей. Переклад прагматичного значення лексичних новоутворень передбачає взаємодію трьох компонентів: прагматичної позиції відправника, отримувача та перекладача [21]. Прагматична позиція відправника - це повідомлення, яке автор має намір передати, у свою чергу відправник може використовувати різні культурні посили, які мають певний емоційний контекст неологізма та соціальні значення.

Важливу роль відіграє правильність інтерпретації перекладача, що залежить від безлічі показників, основне аби перекладач усвідомлював, як отримувач сприйме нове лексичне утворення, це може вплинути на вибір еквівалента чи на переклад. Перекладач виступає посередником між відправником і отримувачем. Його завдання полягає в тому, щоб зрозуміти та зберегти прагматичне значення оригіналу, враховуючи культурні та соціальні аспекти, які можуть вплинути на сприйняття перекладеного тексту [2, с. 339-343]. Перекладач повинен бути гнучким і творчим, адже іноді стандартні перекладацькі прийоми не здатні адекватно передати всі нюанси у перекладі неологізмів. Досягнення прагматичного ефекту можливе лише через взаємодію цих компонентів значення. Це передбачає, що перекладач повинен активно взаємодіяти з текстом, аналізувати його вміст, контекст і цільову аудиторію, щоб обрати найбільш адекватні засоби для передачі значення. В результаті, ефективний переклад не лише відображає зміст, але й враховує емоційний та соціальний контекст, який важливий для успішної комунікації.

Проблеми, пов'язані з перекладом нових термінів, особливо актуальні у швидко розвиваючих сферах, таких як телекомунікації та інформаційні технології. [13, с.68-72]. В ході дослідження виявлено безліч термінів, які охоплюють всі їхні категорії: загальнонаукові, міжнаукові та

вужькоспеціальні. Для адекватного перекладу цих нових термінів українською мовою важливо спершу визначити їхній вид, структурний тип та дослідити їхню семантику. За структурою нові терміни поділяються на три категорії: прості терміни, терміни-комpozити, термінологічні сполучення та абрeвіатури [3, с. 126–128.]. Під час перекладу однослівних неологізмів найчастіше використовується підбір еквівалента. Значення цих нових слів є термінологічним, тобто не залежить від контексту, що робить їх переклад відносно простим для перекладача. Цей метод застосовується, коли в словнику є відповідний еквівалент. Терміни простого типу, як правило, не викликають труднощів при перекладі, оскільки складаються з одного слова. Терміни-словосполучення складаються з кількох компонентів. Прикладом є “*identità digitale*”, що означає цифрова ідентичність. Абрeвіатурні терміни включають ті, що представлені у вигляді абрeвіатур. Наприклад, NFT - сертифікат автентичності та права власності на фізичні чи цифрові товари, записані в блокчейні. Таким чином, нові терміни поділяються на чотири категорії: прості (односкладові), складні, терміни-словосполучення та абрeвіатурні терміни. Найбільші труднощі в перекладі виникають саме з багатокомпонентними термінами, тому що вони складаються з кількох слів, що ускладнює їх точний переклад, адже значення може змінюватись залежно від контексту. Зазвичай такі неологізми мають вужьку спеціальність у своєму значенні, яке може бути відсутнє у мові перекладу. Багатокомпонентні терміни можуть не мати усталених перекладів, і перекладачам доводиться створювати нові варіанти, що може призвести до непорозумінь.

Можна з упевненістю стверджувати, що неологізми виникають і будуть виникати в усіх мовах та італійська мова не є винятком. Як людина розвивається, так і мова, якою вона спілкується, еволюціонує в роботі та повсякденному житті. Поява нових технологій, соціальні зміни та розвиток націй завжди спонукають до запозичення або створення нових слів та термінів.[4, с. 232] Засоби масової інформації, зокрема, активно відображають ці процеси, часто першими

впроваджуючи нову лексику, мова газет і журналів відображає загальні тенденції розмовної мови, включаючи в себе жаргонні та просторічні слова. Крім того, молодіжний жаргон також впливає на мову періодичних видань, зокрема, завдяки словам і виразам, які стають загальноновживаними.

3.2 Перекладацькі трансформації для передачі неологізмів

Проблема перекладу неологізмів є доволі складною, і остаточне рішення перекладач приймає в кожному конкретному випадку. Проте набір засобів для виконання цього завдання залишається традиційним – це методи, такі як підбір відповідника, трансформаційний переклад, а також пряме запозичення. Переклад здійснюється за допомогою формальних і лексико-семантичних прийомів. До формальних методів відносяться калькування, транскрипція, транслітерація, а до лексико-семантичних – описовий і приблизний переклад. Вибір методів перекладу часто залежить від контексту, сфери використання неологізму та рівня його усталеності в мові перекладу [21]. Наприклад, у науково-технічній сфері частіше використовуються калькування або пряме запозичення, тоді як у художньому або публіцистичному стилі перевага може надаватися описовому перекладу для збереження стилістичних і емоційних особливостей тексту. Важливим фактором також є те, наскільки перекладений неологізм легко сприймається носіями мови, оскільки надмірне використання запозичень або кальок може ускладнювати розуміння тексту.[5, с. 3-5]

Перекладацька транскрипція – це спосіб відтворення звукового складу оригінального слова за допомогою фонем мови перекладу, що є фонетичною імітацією вихідної лексеми [1, с. 63]. Застосування транскрипції в перекладі передбачає адаптацію вихідного слова до фонетичних норм мови перекладу. Такий прийом може використовуватися під час перекладу неологізмів, коли відсутній відповідник у цільовій мові. Перекладацька транскрипція полягає у

відтворенні звукової структури вихідної лексичної одиниці за допомогою фонем мови перекладу, що є своєрідною фонетичною імітацією оригінального слова. [6, с. 120] Завдяки цій техніці перекладач може передати найбільш точний еквівалент шляхом запису звучання слів мови-джерела графемами мови-реципієнта. Транскрибування дає змогу передати звукову форму іншомовного слова за допомогою фонем мови перекладу. Наприклад *smartworking* – сучасний італійський термін, що описує дистанційну роботу. При транскрипції його можна передати як *смавторкінг*. Можна зазначити, що при перекладі цей неологізм передається через транскрибування, оскільки слово в оригіналі відтворюється українськими звуками. На відміну від транскрипції, транслітерація передає графічну форму слова, його буквений склад, використовуючи алфавіт мови перекладу для прикладу *aperisena* – італійське слово, що поєднує "aperitivo" (аперитив) та "sena" (вечеря), в українському перекладі може залишатися як *аперічена* з дотриманням транскрипції, оскільки це культурно специфічний термін. Наприклад термін "інфодемія" (від італійської "infodemia") поєднує слова "інформація" і "епідемія". Він використовується для опису ситуації, коли велика кількість інформації — часто неточної або вводячої в оману — поширюється швидко і широко, особливо в умовах кризи, як-от під час епідемій чи пандемій. Інфодемія може ускладнювати сприйняття правдивої інформації, оскільки люди стають перевантаженими великим обсягом інформації, що призводить до дезінформації, плутанини та непорозумінь. Цей термін став особливо популярним під час пандемії COVID-19, коли разом з медичними даними активно поширювалися міфи та неправдива інформація про вірус і вакцинацію. У багатьох сферах, таких як наука, технології та культура, транскрипція сприяє створенню універсальної лексики, яка зрозуміла в багатьох мовах [13, с. 68-72]. Це полегшує комунікацію між представниками різних національностей. Для прикладу: "Біоінформатика" (bioinformatica), "Нанотехнологія" (nanotecnologia), "Геноміка" (genomica), "Робототехніка" (robotica), "Криптовалюта" (criptovaluta),

“Блокчейн” (blockchain), “Вебінар” (webinar), “Подкаст” (podcast), “Інтерфейс” (interfaccia), “Фішинг” (phishing), “Спам” (spam), “Скайп” (Skype), “Інстаграм” (Instagram), “Твіттер” (Twitter), “Хештег” (hashtag), “Лайк” (like), “Селфі” (selfie), “Тролінг” (trolling), “Стартап” (startup), “Фріланс” (freelance), “Аутсорсинг” (outsourcing), “Коворкінг” (coworking), “Краудфандинг” (crowdfunding), “Біткоїн” (bitcoin), “Перформанс” (performance), “Флешмоб” (flashmob), “Косплей” (cosplay), “Мем” (meme), “Графіті” (graffiti), “Стрімінг” (streaming). Ці приклади показують, як за допомогою транскрипції деякі неологізми стали міжнародною лексикою і легко розпізнаються носіями різних мов. Цей аспект став дуже важливим в епоху глобалізації, оскільки пришвидшує обмін інформацією, що стимулює розвиток різних галузей. Головним недоліком транскрипції є її пряма залежність від рівня знання від мови оригіналу, оскільки не всі слова можуть бути відомими для мовця, також цей спосіб не завжди може відображати реальний контекст слова, а лише фонетичне звучання, що може призвести до втрати важливої інформації [27]. Для того, щоб транскрипція була дієвим способом перекладу неологізмів, варто враховувати декілька важливих аспектів:

1. Транскрибовані неологізми повинні бути водночас схожими на оригінал, але й зрозумілими носіям мови. Важливо зосередитись на тому, щоб слово зберігало автентичне звучання, але при цьому не створювало проблем у сприйнятті носія мови.

2. Транскрибовані неологізми повинні бути максимально відповідати звуковим особливостям і вимовним нормам мови, в яку здійснюється переклад.

3. Транскрибовані слова не повинні бути складними для вимови або занадто далекими від нормальної мовної структури. Якщо результатом транскрипції є слова, які важко вимовляються, такі неологізми можуть не засвоюватись в мові.

Транслітерація ґрунтується на відтворенні графічного зображення, зокрема на заміні букв італійського алфавіту літерами українського алфавіту. Італійські

неологізми (часто запозичені з англійської) та інноваційна лексика загалом передаються українською мовою за допомогою літер української абетки, намагаючись зберегти оригінальне звучання та написання слова. Головна відмінність між транскрипцією та транслітерацією є фокус транслітерації на літерах, а транскрипції на звуках, вона орієнтується на фонетику, тобто на те, як слово вимовляється, а не пишеться. [7, с. 448] Наприклад: “Podcast” - “подкаст”, “coworking” - коворкінг, “Green pass” - грін пас, медичний документ, що підтверджує вакцинацію проти вірусу, одужання від захворювання COVID-19 за останні шість місяців або відсутність позитивного результату на захворювання COVID-19 і який дозволяє вільний доступ і пересування в певних місцях. Головною перевагою транслітерації є те, що неологізми максимально зберігають свою форму, тому вони часто легко усталюються, бо їх зручно використовувати. Транслітеровані неологізми залишаються близькими до оригіналу, їх значення часто не змінюється і залишається зрозумілим в новому контексті, “Hipster” - хіпстер, молодий чоловік, як правило, не зацікавлений у політиці та з дуже нестандартними амбіціями, який відомий своїми екстравагантними поглядами та ексцентричним і яскравим одягом, “Influencer” - інфлуенсер, популярна персона, особливо в мережі, здатний впливати на громадську думку щодо певної теми, “Ludopatia” - лудопатія, патологічний стан ігрової залежності, зокрема азартних ігор. Транслітерація зосереджується на збереженні форми і звучання, вона не завжди передає семантичні нюанси, стилістичні особливості чи національний колорит слова, що може призвести до непорозумінь або неправильного сприйняття неологізму, тому для того, щоб уникнути непорозумінь, варто надавати додаткове коротке пояснення неологізму. Для уникнення неоднозначностей варто використовувати загальноприйняті правила транслітерації, затвержені лінгвістичними інституціями [29, с.154-158]. Це допоможе уникнути різних варіантів одного й того ж слова. Перед застосуванням транслітерації слід проаналізувати, чи має слово культурні або емоційні конотації

в оригіналі, які можуть втратитися під час перекладу. Якщо слово несе важливі культурні відтінки, можливо, краще використати описовий переклад.

Експлікація чи описовий метод - це лексико-граматична трансформація, коли лексичну одиницю вихідної мови замінюють словосполученням, її значення пояснюється або розкривається більш детально, тобто надається більш-менш повне визначення цього значення в мові перекладу. Експлікація є дуже ефективним способом перекладу, оскільки швидкий розвиток інформаційних технологій часто не дає змоги багатьом термінам вчасно отримати еквіваленти та закріпитися в мові перекладу [29, с.154-158]. За допомогою цього методу перекладаються складні термінологічні словосполучення, наприклад: VR – virtual reality (віртуальна реальність, штучно створена за допомогою комп'ютерних технологій). Ось кілька прикладів описового перекладу “Sharent” - мати або батько, який розміщує занадто багато інформації про свою дитину, “Ungoogleable” людина, про яку немає інформації в інтернет-пошуковиках, зокрема в Google [28, с.158-159]. Описовий переклад застосовується для передачі значення неологізмів, які в італійській мові мають метафоричну форму або містять терміни без еквівалентів в українській мові. Наприклад: escarpment – укіс земляної дамби; spoofer – засіб відволікання; X-card – різдвяна листівка. Деякі неологізми перекладаються за допомогою описового методу, оскільки дослівний переклад кожного компонента англomовного слова не передає його загального значення. В українській мові такі одиниці виражаються розгорнутим описом. Описовий переклад більш точно передає семантичне значення неологізму, враховуючи контекст його вживання, що є доречним, коли термін має специфічні або культурні конотації. Вдалі випадки використанням описового методу вважаються, коли носій мови не дуже знайомий з оригінальним словом, а цей переклад дозволяє краще врахувати культурні відмінності між мовами, що робить терміни більш прийнятними для носіїв мови перекладу [29, с.154-158]. Таким чином, описовий метод використовується, коли в українській мові немає

еквівалента для іншомовного неологізму, а також коли позначене поняття є маловідомим. Це дозволяє досягти максимальної точності у розумінні описуваного процесу чи явища. Як видно з прикладів, дослівний переклад кожного з компонентів італомовного слова не забезпечує повного уявлення про його значення.

Калькування передбачає наявність двосторонніх міжмовних відповідників між базовими лексичними одиницями, які використовуються як основа для створення внутрішньої форми нового слова. Завдяки цій трансформації українською мовою передаються неологізми, що є композитами, словосполученнями або аббревіатурами, а також їх розшифровки. Прикладами повного калькування є словосполучення типу: *plasma screen* – плазмовий екран; “*Flail chipper*” – цеповий подрібнювач, “*Whatsappare*” - "вотсапити", тобто спілкуватись через соціальну мережу. Важливо зазначити, що через відмінності у синтаксичній структурі італійської мови та української мови у перекладі часто використовується зміна порядку слів, наприклад: “*social media manager*” - менеджер соціальних медіа, “*pagamento contactless*” - безконтактна оплата, “*log in fare*” - увійти в систему, “*realità aumentata esperienza*” - досвід доповненої реальності, “*cloud computing servizi*” - послуги хмарних обчислень. Оскільки калькування вимагає аналізу структури оригінального терміна, це може сприяти кращому розумінню концепції, а також появі нових термінів у мові перекладу, збагачуючи її лексичний склад і дозволяючи краще описувати нові концепції та явища [21].

Варто також згадати адаптивне транскодування - це процес передачі слова з однієї мови в іншу з урахуванням особливостей обох мов та адаптацією до норм цільової мови. Наприклад “*filatura di fidget*” може бути перекладним як “антистрес-спінер”, що не тільки зберігає зміст, але й робить його зрозумілішим для цільової аудиторії. Адаптивне транскодування дозволяє успішно інтегрувати нові терміни, зберігаючи їхнє значення та функцію в контексті цільової мови.

Змішане транскодування — це процес перенесення слів або виразів з однієї мови в іншу, що поєднує елементи адаптивного транскодування та елементи калькування. Цей метод може використовуватися при перекладі італійських неологізмів, коли важливо зберегти як фонетичні, так і семантичні аспекти оригінального слова [28, с.156-159]. Змішане транскодування дозволяє зберегти культурний контекст і значення терміна, роблячи його більш зрозумілим для носіїв цільової мови. Змішане транскодування є корисним інструментом при роботі з італійськими неологізмами, адже воно дозволяє зберегти оригінальну ідентичність терміна, а також робить його більш доступним для сприйняття в новому мовному контексті. Наприклад: phishing - фішинг (транскрипція "фіш" + транслітерація "инг"), тобто вид інтернет-шахрайства, метою якого є виманювання конфіденційної інформації (такої як паролі та дані кредитних карток) в довірливих або неуважних користувачів. Приблизний переклад це метод, який полягає в застосуванні слів української мови, що означають щось близьке і подібне за функцією, хоча й не є абсолютно однаковими. Існує три основні випадки використання цього методу перекладу, зокрема: “Naziko” – котедж, “plug-in” – програма, “Mobbing” - переслідувальна поведінка, “Millennium bug” - помилка програмування, “Non fungible token” - електронне право власності, “Pentastellato” - рух 5 зірок.

Таким чином, було встановлено, що всі нові слова передаються шляхом еквівалентного, трансформаційного перекладу та прямого перенесення. Найчастіше для перекладу неологізмів з італійської на українську мову використовується трансформаційний переклад. З цього можна зробити висновок, що однослівні нові одиниці зазвичай перекладаються українською мовою за допомогою еквівалентів, які обираються перекладачем залежно від контексту їх використання. Складні слова, що складаються з кількох коренів, часто передаються шляхом калькування. Транскрибування, транслітерування та

адаптивне транскодування також часто використовуються для запозичення термінів, які зазвичай мають термінологічне значення [29, с.154-158].

Основними способами перекладу неологізмів-словосполучень є послівний (покомпонентний) переклад, іноді з перестановкою деяких компонентів, тобто калькування. Неологізми-аббревіатури широко використовуються в італійській мові для досягнення стисненості та лаконічності, але їх обов'язково розшифровують для уникнення омонімічних трактувань.

3.3 Лексикографічний аспект фіксації неологізмів

Лексикографія або словникарство — це розділ мовознавства, що займається створенням словників і вивченням їх теоретичних основ. Ця наука має практичне застосування. Словники є важливими для вивчення рідної та іноземної мов, сприяють покращенню культури усного та письмового мовлення, а також загальному розвитку інтелекту. Рівень розвитку мови та культурний рівень нації часто оцінюють за кількістю опублікованих словників. Таким чином, лексикографія займається збором слів певної мови, їх систематизацією та описом словникового матеріалу. Цьому процесу сприяють постійно зростаючі міжнародні контакти, а також потреба у вивченні малодосліджених мов і глибокому аналізі мов світу для задоволення наукових і культурних потреб суспільства. Член Північноамериканського лексикографічного товариства Сидні Лендау зазначив: “Складання словників не вимагає блискучого або оригінального мислення; ця діяльність потребує високого інтелекту, професіоналізму та самовіддачі в складному процесі. Крім того, створення словника повинно приносити задоволення автор”. Визнаючи справедливість цього твердження, не можна не погодитися з тим, що робота над словником є трудомісткою, але не надто натхненною. Лексикографія як наука має визначений

предмет дослідження, специфічні методи, власну структуру та займає певне місце в системі інших лінгвістичних дисциплін [30, с. 42-48].

Закріпленню статусу нових слів у сучасній лінгвістичній системі також сприяють лексикографічні видання. Завданням дослідників та укладачів лінгвістичних праць стало аналіз інноваційних процесів у лексико-семантичній системі української мови, виявлення тенденцій та шляхів її розвитку, а також встановлення причин виникнення й характеру змін, щоб максимально детально зрозуміти, які глибокі перетворення відбулися в лексиці за досліджуваний період [9, с. 57-62]. У процесі оновлення основних лексиконів завжди виникає питання: наскільки новою є лексикографічна праця. Хоча дискусії з цього приводу тривають, одним із найвагоміших аргументів є позиції видатних українських лінгвістів, серед яких мовознавець-енциклопедист, глибокий знавець проблем української мови, член-кореспондент НАН України, професор В. Німчук. Він зазначає, що «найкращі, найавторитетніші словники, як правило, укладалися високоосвіченими особами з хорошою філологічною підготовкою, найчастіше — фахівцями-лінгвістами. Більшість з них володіла тонким чуттям краси слова, семантики лексеми та фразеологізму. Вони з повагою ставилися до своїх попередників і глибоко шанували працю колег» [9, с. 57-62]. Зі зміцненням і розвитком лексикографії неологізмів окреслилося коло питань, що дало підстави вважати її окремою науковою дисципліною. Неологічна лексикографія, або неографія, є наукою, яка вивчає особливості створення та укладання словників неологізмів, а також аналізує специфіку нових слів, їхні значення і словосполучення як об'єкти таких словників. Крім того, ключові питання неології (теорії нових слів) були науково обґрунтовані завдяки формуванню емпіричної бази, яку забезпечила серія словників нових лексичних одиниць. [1, с. 2-3]. До основних проблем теорії сучасної неографії належать: розробка надійної класифікації та типології словників неологізмів, узагальнення досвіду укладання словників новацій різних типів, визначення критеріїв відбору та структурування

інформації в межах кожного словника, а також питання, пов'язані зі створенням автоматизованих словників неологізмів і неологічних баз даних.

Не підлягає сумніву, що лексикографія є наукою, присвяченою створенню словників. Це підтверджується теоретичними принципами, законами та постулатами, розробленими багатьма теоретиками й практиками в цій сфері. На жаль, багато хто досі не усвідомлює серйозної наукової основи, що лежить в основі словникової діяльності. Вважається вкрай неправильним зневажливе ставлення кваліфікованих лінгвістів до роботи над словниками, оскільки це призводить до того, що мало хто з них займається цією справою. Раніше цю діяльність виконували випадкові ентузіасти за невелику плату без жодної спеціальної підготовки, внаслідок чого цю роботу часто називають безглуздим «складанням» словників. І дійсно, як лінгвісти, так і, особливо, укладачі словників усвідомили, що ця робота повинна мати науковий характер і не може обмежуватися механічним поєднанням готових елементів". Загалом, словникова робота, що ґрунтується виключно на семантиці, вимагає особливого чуття мови, а також, на мою думку, особливого таланту, який, напевно, має певну схожість із письменницьким даром.

Критерії повної інтеграції нових лексичних одиниць у лексико-семантичну систему включають їх участь у словотворчих та фразотворчих процесах, семантичну еволюцію, а також включення до вже існуючих лексико-семантичних парадигм [9, с. 57-62]. В. Г. Гак виділяє три етапи адаптації нового слова до лексичної системи. Він вважає, що свідченням поширеності неологізмів є їхнє відображення в словниках та називає три стадії цього процесу: 1) первинна фіксація неологізмів у статтях, дисертаціях тощо; 2) первинний відбір вживаних і доцільних неологізмів у спеціальних словниках неологізмів; 3) остаточне закріплення неологізму в мові, що підтверджується його включенням до тлумачного словника [51, с. 40]. 4) остаточне закріплення неологізмів у мові, про що свідчить їхня фіксація в словниках. Перш ніж, неологізм закріпиться у мові

та стане частиною лексичного складу, він проходить багаторівневий складний процес і кожен етап включає різні способи фіксації і відбору неологізмів. Первинна фіксація неологізмів передбачає появу слова у вжитку мовної спільноти, наприклад на першому етапі вони можуть з'являтися в різних новинних порталах чи газетах або журналах. Журналісти часто використовують нові слова для опису сучасних явищ, технологій, або подій. Наприклад, нові політичні або соціальні терміни можуть спочатку з'явитися саме в новинних матеріалах. У наукових текстах часто виникають неологізми, які переходять в загальне використання. Фахові журнали, наукові статті, дисертації є джерелами нових слів у медицині, технологіях, економіці, соціальних науках. Соціальні мережі, такі як Фейсбук, Реддіт, Твіттер є найактивнішими ресурсами створення нових слів, оскільки обмін інформації відбувається миттєво, що дає змогу неологізмам активно утворюватись, особливо це стосується сленгових слів та інноваційної лексики. Також потужним ресурсом творення неологізмів є рекламні компанії, яка заради просування свого бренду створюються нові слова, які потім закріплюються в мовленні. Неологізми можуть виникати в результаті популяризації нових слів у фільмах, музиці, фільмах або серіалах. Нові терміни можуть фіксуватися під час політичних подій або у зв'язку з соціальними рухами (наприклад, терміни, пов'язані з екологією, гендерною рівністю, правами людини). Таким чином, первинна фіксація неологізмів може відбуватися у різноманітних контекстах — від офіційних наукових робіт до повсякденних розмов та соціальних мереж, що робить цей процес дуже динамічним і багатоаспектним. Значна кількість неологізмів, що з'являються в сучасній італійській мові, з одного боку, є результатом технічного та економічного розвитку суспільства, а також появи нових реалій, які потребують найменування. З іншого боку, цей процес зумовлений внутрішньомовними чинниками, такими як прагнення до лаконічності, систематизації, вираження емоційно-експресивних значень і стилістичного розмежування слів. Еволюція лексичного складу

сучасної італійської мови є складним процесом, значною мірою зумовленим впливом суспільства. Як частина соціокультурного середовища, суспільство істотно впливає на формування, збагачення та трансформацію словникового фонду мови через низку факторів. Цей вплив відображається через різноманітні соціокультурні, технологічні, економічні та політичні чинники, що веде до постійних змін у словниковому складі, додавання нових слів, фраз або переосмислення значень існуючих слів в італійській мові [25, с.74-95]. Дослідження цього процесу вимагає всебічного підходу, який враховує різні аспекти взаємодії мови та суспільства.

Ключовим етапом фіксації неологізмів є первинний відбір вживаних і доцільних неологізмів у спеціальних словниках. Під час цього етапу обираються найбільш актуальні, частими у використанні та доцільними у використанні. Цей процес характеризується впорядкуванням та формалізацією лексичних нововведень та здійснюються за певними критеріями: частотність, доцільність, формальність, стійкість у використанні. Важливо, аби неологізм не був одноразовим або занадто вузько вживаним, і щоб він активно використовуються у різних типах текстів, засобах масової інформації, соціальних мережах, наукових публікаціях та літературі. Неологізм має бути потрібним та заповнювати певну лінгвістичну прогалину, тобто бути корисним для передачі нових явищ чи понять, тобто якщо нове. Слово виконує цю функцію, то його заносять до словника неологізмів. Іншим критерієм є складність слова, якщо воно не відповідає граматичним і фонетичним нормам мови або його структура не відповідає правилам словотворення, то воно може бути відхилене. Щодо стійкості у використання неологізмів, то лексикографи оцінюють потенційну тривалість існування неологізму в мові. Якщо слово має тимчасовий характер (наприклад, прив'язане до конкретного події або тренду), його можуть не включати до словника.

Закріплення в тлумачному словнику свідчить про те, що слово отримало загальне визнання і офіційно вважається частиною стандартної лексики. Остаточним закріпленням неологізму у мові вважається його включенням до тлумачного словника, є ключовим етапом у процесі інтеграції нового слова в лексичну систему мови, тобто воно стає частиною щоденного вжитку. Слово може бути включеним у тлумачний словник, коли воно має чітке, зрозуміле значення, яке не змінюється залежно від контексту, воно вважається зрілим для включення до словника. Коли слово стабільно використовується у письмових текстах наприклад засобах масової інформації, наукових статтях, літературі і повсякденній мові, а також відповідає граматичним нормам, включно з формами відмінювання, узгодженням і коректно адаптаване до граматичних структур, воно має шанси бути зафіксованим у словнику. Серед ознаки остаточного закріплення неологізму в мові виділяють широке використання серед мовців, а саме неологізм перестає бути новим словом у вузькому колі експертів або спеціалістів і починає активно використовуватися більшістю носіїв мови, тому що слово стає зрозумілим і вживаним у різних соціальних групах. Неологізм успішно інтегрувався, коли вживається не тільки у вузьких сферах, таких як медицина, наука, але й у буденному житті. Включення неологізму в тлумачний словник та його інтеграція в освіту сприяє поширенню і закріпленню в колективній свідомості [42, с.38-40]. Останнім і вирішальним етапом інтеграції нового слова в лексичну систему є його включення до тлумачного словника і це означає, що неологізм остаточно закріпився в мові, і став повноцінною частиною мовного обігу.

Словники неологізмів є своєрідним дзеркалом сучасної мовної динаміки і вони відображають актуальні суспільні явища, зміни в культурі, технічному прогресі. Важливим показником життєздатності нових слів є оцінка життєдіяльності неологізмів, адже словники допомагають відстежити, які неологізми стають популярними і залишаються в мові, а які з часом зникають.

Лінгвісти використовують такі словники, для того, щоб відслідкувати розвиток мови і яким чином вони входять у загальний лексичний обіг, для аналізу змін у мови [42, с.38-40].

Значення словників неологізмів є великим для звичайного мовця, тому що вони допомагають користувачам мови зрозуміти, як правильно вживати нові слова, які значення і форми є прийнятними. Також вони є джерелами знань про нові терміни, що з'являються в різних галузях, таких як технології, культура, політика та економіка. У додаток, фіксація підтримує розвиток мови і відбір нових слів спеціальні словники неологізмів сприяють збагаченню та розвитку мови, оскільки допомагають швидко і ефективно передавати нові явища і поняття.

Висновки до розділу 3

Переклад неологізмів є складним і важливим завданням для перекладача, оскільки нові слова й терміни виникають під впливом науково-технічного прогресу, соціальних змін і розвитку культури. Основні проблеми перекладу неологізмів пов'язані з тим, що багато понять, які вони виражають, можуть не мати відповідників у мові перекладу через соціокультурні або історичні особливості. Це вимагає творчого підходу та вміння адаптувати нові терміни до іншої мовної системи.

Серед стратегій перекладу виділяють транскрипцію, транслітерацію, калькування, а також описовий і наближений переклад. Використання кожного методу залежить від конкретного контексту, сфери використання неологізму та його усталеності в мові перекладу. Транскрипція допомагає передати звукову структуру слова, але не завжди відображає його значення або контекст. Калькування може бути ефективним при перекладі термінів, які мають аналогічні поняття в обох мовах.

Перекладачі виступають посередниками між мовними культурами, і їхній професіоналізм полягає в тому, щоб забезпечити збереження прагматичного значення неологізмів та їх адекватне сприйняття аудиторією. Правильний переклад нових термінів сприяє ефективній комунікації та адаптації до нових умов мовлення, враховуючи емоційний та соціальний контекст.

Висновок з тексту полягає в тому, що процес перекладу та адаптації неологізмів з однієї мови на іншу вимагає врахування декількох аспектів: фонетичних, графічних, культурних та семантичних. Кожен метод перекладу, зокрема транскрипція, транслітерація, експлікація, калькування та транскодування, має свої особливості та переваги, які можуть бути доречними залежно від конкретного випадку.

Транскрипція й транслітерація сприяють збереженню форми й звучання слова, що полегшує його інтеграцію в нову мовну систему. Проте такі методи не завжди повністю передають семантику та стилістичні відтінки оригінального слова, що може вимагати додаткових пояснень.

Експлікація та калькування дозволяють точно передати значення слова, враховуючи контекст, особливо у випадках складних термінів або нових концепцій, що не мають відповідників у цільовій мові.

Окремо варто зазначити роль лексикографії у фіксації та стандартизації нових лексичних одиниць. Включення неологізмів у словники є важливим етапом їхньої повної інтеграції в мову. Лексикографія дозволяє не лише зберегти неологізми, але й аналізувати їх, визначати, які з них стають частиною активного лексичного складу.

Таким чином, для ефективного перекладу та засвоєння неологізмів важливо використовувати різні методи в залежності від контексту, а також враховувати всі мовні й культурні аспекти, що забезпечує точність і адекватність перекладу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Ця дипломна робота присвячена дослідженню сучасних італійських неологізмів, їхньому структурно-семантичному аналізу та специфіці перекладу на українську мову. В результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки, які підсумовують основні мовні тенденції, лексичні процеси та соціокультурні зміни, що відображаються через неологізми.

Сучасні італійські неологізми активно відображають швидкі зміни в суспільстві, культурі та технологіях. Вони виникають у відповідь на нові потреби мовців у найменуванні нових реалій та явищ, що з'являються в різних сферах суспільного життя. Особливо це стосується медіа, науки, моди, політики та економіки. Наприклад, терміни "smartworking" (дистанційна робота) та "green pass" (цифровий сертифікат вакцинації) з'явилися як реакція на пандемію COVID-19 і зміни у способі праці та пересування людей. Це демонструє, як мова адаптується до нових обставин та швидко підлаштовується під потреби суспільства.

Такі неологізми часто фіксують зміни у способі життя, технологіях та культурі. Наприклад, неологізми у сфері технологій, як "blockchain"(блокчейн) чи "gig economy"(економіка короткострокових контрактів), відображають нові економічні концепти, пов'язані з розвитком цифрових платформ та нових форм праці. Ці зміни є відповіддю на глобалізаційні процеси та посилення ролі інтернету в сучасному житті.

Однією з ключових характеристик італійських неологізмів є їхня морфологічна структура. Вони утворюються за допомогою різних морфологічних процесів, таких як префіксація, суфіксація, словоскладання та запозичення. Наприклад, слово "cyberbullismo"(кібербулінг) утворене за допомогою префікса "cyber-" , що вказує на технологічну сферу, в якій цей феномен виник.

Морфологічні процеси є гнучкими і дозволяють швидко створювати нові слова на базі вже існуючих лексичних одиниць. Наприклад, неологізм "webete"(поєднання "web" і "ebete" — дурень) відображає нову реальність інтернет-культури. Таким чином, морфологія є потужним інструментом для збагачення лексики новими словами, що стають частиною повсякденного мовлення.

Запозичення з інших мов, особливо з англійської, також є ключовим механізмом для утворення неологізмів. Наприклад, слова "influencer"(впливова особа) та "startup"(стартап) активно увійшли в італійську мову, оскільки вони відображають глобальні соціальні та економічні зміни. Це демонструє вплив англійської мови як глобальної лінгва франка на сучасну італійську мову.

Медіа відіграють ключову роль у поширенні неологізмів. Завдяки їхнім можливостям швидко поширювати інформацію, нові слова та терміни швидко входять у повсякденне мовлення. Особливо це стосується інтернет-ресурсів, соціальних мереж та телебачення. Наприклад, терміни "fake news"(фальшиві новини) та "influencer" здобули свою популярність через медійні платформи, де вони стали відображенням нових соціальних явищ.

Соціальні медіа та інтернет стали потужним джерелом для створення та популяризації нових слів. Наприклад, термін "cancel culture" (культура скасування) набув широкого вжитку через соціальні мережі, де обговорюються питання суспільної відповідальності та соціальних бойкотів. Такі терміни швидко стають частиною міжнародної лексики завдяки глобальному характеру інтернет-комунікацій. Неологізми часто відображають нові соціальні та культурні тренди. Наприклад, терміни "moda sostenibile"(екологічно відповідальна мода) та "gender fluid" (гендерна флюїдність) відображають соціальні рухи, що спрямовані на захист прав людини, екологічну відповідальність та гендерну рівність. Ці нові слова відображають не тільки мовні інновації, але й глибокі соціальні зміни, що відбуваються в суспільстві.

Неологізми також відображають нові реалії, що виникають у результаті глобальних економічних та культурних змін. Наприклад, такі слова, як "uberizzazione"(перехід на модель бізнесу Uber), фіксують нові форми економічної діяльності та зміни у способах взаємодії між бізнесом і споживачами. Такі слова свідчать про те, як мова реагує на економічні трансформації та нові форми взаємодії в умовах цифрової економіки.

Однією з важливих тем цього дослідження є переклад італійських неологізмів на українську мову. Процес перекладу нових слів є складним, оскільки потрібно враховувати як мовні, так і культурні аспекти. Часто перекладачі стикаються з проблемою відсутності еквівалентів в українській мові, що потребує використання таких прийомів, як транскрипція, транслітерація, калькування або описовий переклад.

Наприклад, термін "apericena"(поєднання аперитиву та вечері) є культурно специфічним італійським феноменом, для якого важко знайти еквівалент в українській мові. У таких випадках перекладачам доводиться використовувати транскрипцію або описовий переклад для збереження значення слова. Інший приклад — термін "smartworking", який можна перекласти як "смартворкінг" або адаптувати як "дистанційна робота" залежно від контексту.

Запозичення з інших мов, особливо з англійської, є основним джерелом поповнення італійської лексики новими словами. Це відображає глобалізаційні процеси, що впливають на всі сфери життя. Наприклад, терміни "webinar"(вебінар) та "crowdfunding"(колективне фінансування) активно використовуються в італійській мові для опису нових соціальних і технологічних феноменів.

Запозичення також часто проходять адаптацію до фонетичних та граматичних норм італійської мови. Наприклад, слово "selfie" стало загальноживаним терміном не тільки в італійській мові, але й в багатьох інших

мовах світу. Це показує, що глобальні лексичні інновації можуть легко інтегруватися у різні мовні системи, збагачуючи їх новими термінами.

Неологізми є важливим елементом у розвитку сучасної італійської мови. Перспективи розвитку неологізмів у сучасній італійській мові є тісно пов'язаними з динамікою соціальних, технологічних та культурних змін, що відбуваються в Італії та світі. У зв'язку з цим можна визначити кілька ключових напрямів, за якими продовжуватиметься збагачення італійського лексикону новими словами.

Оскільки технології продовжують відігравати важливу роль у житті сучасного суспільства, неологізми, пов'язані з цифровими інноваціями, й надалі з'являтимуться у великій кількості. Наприклад, такі терміни, як "blockchain", "metaverso" (метавсесвіт), "cryptovaluta" (криптовалюта), вже стали частиною повсякденного мовлення, і цей тренд продовжуватиметься. Поява нових технологій, таких як штучний інтелект, розширена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR), безсумнівно, спричинить утворення нових лексем для опису цих технологічних феноменів. Запозичення з англійської мови залишатимуться одним із основних джерел неологізмів в італійській мові. Цей процес, пов'язаний із глобалізацією, зокрема в таких галузях, як бізнес, маркетинг, технології та культура, призведе до подальшого проникнення англіцизмів. Такі терміни, як "smartworking" (дистанційна робота) та "influencer", ставатимуть дедалі більше поширеними. Однак італійська мова має тенденцію адаптувати ці запозичення до своїх морфологічних і фонетичних правил, що може призвести до появи нових похідних слів, специфічних для італійського контексту.

Неологізми завжди відображають актуальні соціальні тренди та зміни в культурі. Такі терміни, як "gender fluid" та "moda sostenibile", демонструють, як мова реагує на нові концепції рівності, інклюзивності та екологічної відповідальності. Очікується, що з посиленням рухів за права ЛГБТ+, гендерну рівність та сталий розвиток з'являтимуться нові терміни, які відобразатимуть ці соціальні зміни. Такі слова, як "greenwashing" (екологічне фарисейство), вже

стали важливими для опису явищ, пов'язаних із фальшивою екологічною відповідальністю з боку компаній.

Інтернет і соціальні мережі стануть і далі важливим джерелом появи нових слів. Платформи, такі як Instagram, Twitter і TikTok, створюють нові форми спілкування, які впливають на мову. Нові терміни можуть виникати як частина сленгу, жаргону або мемів, що поширюються через ці платформи. Наприклад, термін "cancel culture" виник у соціальних мережах і тепер є частиною загального лексикону. Подібні терміни, пов'язані з інтернет-культурою, будуть продовжувати впливати на мову.

З огляду на зростаючу увагу до питань екології та кліматичних змін, у мові будуть з'являтися нові терміни для опису явищ, пов'язаних із захистом довкілля. Слова, подібні до "ecoturismo" (екотуризм) або "biodegradabile" (біорозкладний), показують, як мова адаптується до нових реалій екологічної свідомості. Очікується, що з розвитком технологій і суспільних рухів за сталий розвиток будуть виникати нові лексеми для опису екологічних продуктів, процесів і політик.

Зміни в способах комунікації, зокрема з розвитком чат-ботів, голосових помічників та інших технологій на основі штучного інтелекту, також впливатимуть на появу нових неологізмів. Наприклад, нові терміни для опису взаємодії між людиною і машиною або для визначення нових форм комунікації, які з'являються в результаті цих технологій, стануть звичайними.

У цілому, розвиток неологізмів у сучасній італійській мові матиме тісний зв'язок із глобальними технологічними, соціальними та культурними змінами. Мова продовжуватиме збагачуватися новими словами, відображаючи реалії та виклики сучасного суспільства, і цей процес залишатиметься ключовим для її динамічності та гнучкості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bondarenko, O. M., & Chernevych, A. O. (n.d.). Англійські неологізми: нове у використанні способів утворення. Запорізький національний технічний університет, 2-3.
2. Hrytsenko, M. V. (n.d.). Перекладач у ситуації перекладацької дії. Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, 339-343.
3. Ababilova, N. M., & Bilokaminska, V. L. (2015). Особливості перекладу термінів українською мовою. Молодий вчений, (2), 126-128.
4. Bilozerska, L. P., Voznenko, N. V., & Radetska, S. V. (2010). Термінологія та переклад: навч. посіб. Вінниця: Нова кн.
5. Kyiyak, T. (2008). Функції та переклад термінів у фахових текстах. Вісник національного університету Львівська політехніка. Серія «Проблеми української термінології», (620), 3-5.
6. Zarytskyi, M. S. (2004). Переклад: створення та редагування: Посібник. Київ: Парламентське видавництво.
7. Korunets, I. V. (2001). Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник. Вінниця: Нова книга.
8. Bumar, K. S. (2020). Лінгвокультурна адаптація вульгаризмів в українськомовних перекладах сучасної італійської прози. Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності Львівський філологічний часопис.
9. Koloiz, Zh. V. (n.d.). Українська неологія: здобутки та перспективи. Наукові праці. Філологія. Мовознавство, (105), 57-62.
10. Rebriy, O. V. (2012). Сучасні концепції творчості у перекладі. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 83-156.

11. Chumak, L. M. (2018). Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти (дис. канд. філол. наук: 10.02.04). Київ.
12. Dovbnia, L. E. (2015). Інноваційна суспільно-політична лексика України: семантикословотвірна мотивація. Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія Філологічна, (53), 103-107.
13. Makarenko, Y. H., & Matkovska, I. V. (2012). До проблеми перекладу неологізмів галузі інтернет та комп'ютерних технологій. Філологічні трактати, 4(4), 68-72.
14. Adamo, G., & Della Valle, V. (n.d.). Osservatorio Neologico della Lingua Italiana, 7-32.
15. Proshianik, O. P. (2010). Аналіз перекладу та перекладу як методи концептуального дослідження лінгвістичної теорії. Методи лінгвістичних досліджень: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Слов'янськ: СДПУ, 168-170.
16. Bombi, R. (2002). Anglicismi come banco di prova dell'interferenza linguistica. Firenze: Franco Cesati Editore.
17. Bafile, L. (2010). Enciclopedia dell'Italiano. Adattamento. Retrieved from https://www.treccani.it/enciclopedia/adattamento_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/
18. Accademia della Crusca. (n.d.). Parole nuove. Retrieved from <https://accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/parole-nuove/>
19. Adamo, G., & Della Valle, V. (2017). Che cos'è un neologismo.
20. De Mauro, T. (2013). La Storia linguistica dell'Italia unita e la sociolinguistica storica, 74-95.
21. Fabiani, F. (2023). Parole inglesi usate in Italiano: perché si usano e quanto sono corrette? Scambieuropei, 45-49. Retrieved from <https://www.scambieuropei.info/parole-inglesiusate-in-italiano/>

22. Міністерство освіти і науки України. (2023). Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, факультет іноземних мов, 25-27 квітня 2023 року, Чернівці. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.
23. Nikolayeva, T. M. (n.d.). Основні методи перекладу текстів у соціальних мережах українською мовою, 156-159.
24. Panchenko, O. I. (n.d.). До питання про переклад неологізмів. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.4-2/27>
25. Horoit, Y., & Malimon, L. (n.d.). Сучасна лексикографія: проблеми й перспективи. Актуальні питання іноземної філології, 42-48.
26. Strikha, M. (2006). Український художній переклад: між літературою і націєтворенням. Київ: Факт – Наш час.
27. Cambridge Dictionary Online. (n.d.). Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed 17.10.2023).
28. Longman Dictionary of Contemporary English. (n.d.). Retrieved from <https://www.ldoceonline.com/> (accessed 17.11.2023).
29. Merriam-Webster Dictionary. (n.d.). Retrieved from http://nws.merriam-webster.com/pendictionary/newword_display_cat.php (accessed 21.11.2023).
30. Oxford English Dictionary. (n.d.). Retrieved from <https://www.oed.com/?tl=true> (accessed 21.11.2023).
31. Urban Dictionary Online. (n.d.). Retrieved from <https://www.urbandictionary.com/> (accessed 21.11.2023).
32. WordSense Dictionary Online. (n.d.). Retrieved from <https://www.atsgroup.net/dictionaries/dictionary-neologisms.html> (accessed 23.10.2023).
33. Zubets, N. O. (2011). Українська лексикографія другої половини ХХ – початку ХХІ століття: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Запоріжжя: ЗНУ.

34. Lytvyn, I. (2014). Перекладознавство. Черкаси.
35. Styshev, O. A. (2019). Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб. Біла Церква: Авторитет.
36. Ladonia, K. Y. (n.d.). Неологізми в українській мові: сутність, визначення, принципи класифікації та функціонування, 38-40.

SOMMARIO

La tesi è dedicata all'analisi della lessicologia neologica italiana contemporanea, con particolare attenzione alle caratteristiche strutturali e semantiche dei neologismi e alla loro traduzione in lingua ucraina. L'obiettivo principale della ricerca è identificare e analizzare le modalità di formazione dei neologismi nella lingua italiana moderna e le sfide che emergono nella loro traduzione.

Gli obiettivi specifici della tesi comprendono:

- Esaminare il concetto di neologismo in linguistica e determinarne i criteri di individuazione.
- Classificare i neologismi presenti nella lingua italiana.
- Analizzare le caratteristiche strutturali e semantiche dei neologismi italiani.
- Studiare i metodi e le strategie di traduzione di questi neologismi nella lingua ucraina, identificando le difficoltà incontrate e proponendo soluzioni efficaci.

Il materiale di studio include fonti neologiche italiane tratte da varie aree, come i media, la tecnologia, la moda, la scienza e la politica. In particolare, l'attenzione è stata rivolta a neologismi di origine anglofona e ai processi di formazione morfologica e semantica di nuovi termini che sono diventati parte integrante del lessico quotidiano.

Nel primo capitolo, vengono analizzati i concetti di innovazione linguistica e neologismo, descrivendo i principali meccanismi attraverso i quali nuovi termini entrano nel lessico italiano. È stata presentata una classificazione dettagliata dei neologismi in base alla loro struttura e alla loro funzione. Ad esempio, i neologismi derivati da prestiti linguistici, in particolare dall'inglese, come "smartworking" e "fake news", sono stati identificati come parte integrante della comunicazione moderna.

Il secondo capitolo è dedicato all'analisi strutturale e semantica dei neologismi. La ricerca ha rivelato che l'italiano utilizza frequentemente processi di prefissazione, suffissazione e composizione per formare nuove parole. Un esempio rilevante è "cyberbullismo", termine nato dall'unione di "cyber" e "bullismo" per descrivere un

fenomeno specifico dell'era digitale. La tesi esamina anche la semantica dei neologismi, evidenziando come alcuni termini originariamente limitati a un contesto tecnico o specialistico siano diventati parte del lessico comune. Un esempio è "rete", originariamente "rete" fisica, che ora significa anche "Internet". Nel terzo capitolo, viene trattata la problematica della traduzione dei neologismi italiani in lingua ucraina. La tesi sottolinea come alcuni termini non abbiano equivalenti diretti e richiedano l'uso di strategie come la traslitterazione, la spiegazione o la creazione di calchi. Per esempio, termini come "apericena" o "green pass" richiedono una traduzione adattiva che tenga conto delle differenze culturali tra l'Italia e l'Ucraina.

- I neologismi rappresentano un fenomeno essenziale per comprendere l'evoluzione della lingua italiana moderna. Sono il risultato di cambiamenti sociali, tecnologici e culturali, e giocano un ruolo cruciale nell'arricchimento lessicale.

- La lingua italiana adotta con frequenza prestiti dall'inglese, soprattutto nel campo della tecnologia e dei media, ma spesso questi prestiti vengono adattati foneticamente e morfologicamente alla struttura italiana, come dimostrato da parole come "selfie" e "influencer".

- La traduzione dei neologismi rappresenta una sfida significativa per i traduttori, soprattutto quando i termini descrivono fenomeni esclusivi della cultura italiana o non trovano corrispondenti precisi nella lingua di destinazione. L'uso di calchi o spiegazioni è essenziale in molti casi per mantenere la fedeltà al significato originale.

- Infine, la tesi conclude che lo studio dei neologismi non solo arricchisce la comprensione della lingua italiana contemporanea, ma offre anche spunti preziosi per le strategie di traduzione interculturale.

In sintesi, i neologismi non sono solo una parte dinamica del linguaggio moderno, ma rappresentano anche un importante punto di incontro tra diverse culture linguistiche.