

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

другого (магістерського) рівня

ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ СФЕРИ ТЕХНОЛОГІЙ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Виконав:

студент VI курсу, групи ГФ-313м

спеціальності 035 – «Філологія»

за ОПП 035.04 – Германські мови та
літератури (переклад включно)

МАСЛОВА АНАСТАСІЯ АНДРІЇВНА

Керівник: *доцент Н.П. Гура*

Рецензент: *професор В.І. Волошук*

Запоріжжя – 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Запорізький національний технічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут, факультет ЕТТ, гуманітарний факультет
Кафедра кафедра теорії та практики перекладу
Ступінь вищої освіти (освітній ступінь) магістр
Спеціальність 035.04 „Романія (германські мови та літератури
(код і назва) спереклад виключно)
Напрямок підготовки Германські мови та літератури (спереклад виключно)
(код і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри [підпис]
„13” 12 2018 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТУ

Маслова Анастасія Андріївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Особливості неологізмів сфери технологій
мобільного зв'язку та їх відтворення українською мовою

керівник проекту (роботи) Туря Наталя Петрівна
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від „31” 10 2018 року №

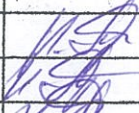
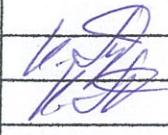
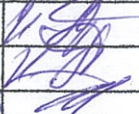
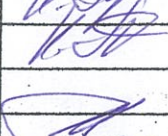
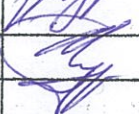
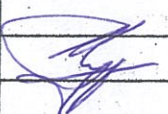
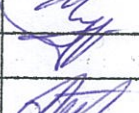
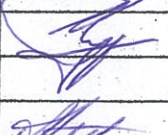
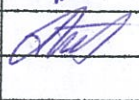
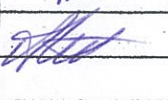
2. Строк подання студентом проекту (роботи)

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Андрусек І.В. Аналітичні неологізми
кінця ХХ ст. як ознака мовної картини світу: авторец. дис... канд. філос. наук.
Темп. Т.Ю. 01 германські мови / К.: ННУ, 2003. 20 с.; Туряєва Н.С. Неологізми
сучасного нем. яз. // Вестник Кемеровского госу. ун. 2014. Т. 2, № 3. С. 279-281.
Міам в Translation Algorithms. Introduction into Translation Formalization. К.: Фактор, 1998.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Проблематика виникнення терміну „неологізм”; типологія та
класифікація неологізмів в англ. та нім. мовах; структури
особливостей неологізмів; лексико-семантичні групи новостворених;
способи та труднощі перекладу новостворених

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
діаграми

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I	Гуре Н.П. к. філол. н., доц.		
II	Гуре Н.П. к. філол. н., доц.		
III	Гуре Н.П. к. філол. н., доц.		
IV	Муровенко С.М., ст. вика		
Кортоковий	Підгорна А.Б.		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	вересень 2018	виконано
2.	Вибір завдання на дипломну роботу	12 вересня 2018	виконано
3.	Складання календарного плану виконання дипломної роботи	15 вересня 2018	виконано
4.	Збирання матеріалу для написання 1 та 2 розділів роботи	16 вересня - 5 жовтня 2018	виконано
5.	Підготовка розділу 1	6-21 жовтня 2018	виконано
6.	Підготовка розділу 2	22-7 листопада 2018	виконано
7.	Вибір пропозицій і рекомендацій для написання розділу 3	7-10 листопада 2018	виконано
8.	Підготовка розділу 3	11-24 листопада 2018	виконано
9.	Написання висновку і загальних висновків дипломної роботи	25 листопада 2018	виконано
10.	Оформлення дипломної роботи	1-10 грудня 2018	виконано
11.	Рецензування дипломної роботи	10-12 грудня 2018	виконано
12.	Захист дипломної роботи	18 грудня 2018	

Студент


(підпис)Маєдова А.А.
(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)


(підпис)Гуре Н.П.
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Мобільний зв'язок відіграє дуже важливу роль у житті сучасної людини. Мобільні телефони допомагають у спілкуванні та є невід'ємними помічниками у вирішенні різного роду завдань. З розвитком технологій мобільного зв'язку з'являються нові види обладнання, процеси, явища тощо. Виникає потреба у найменуванні, що супроводжується створенням нових слів, які поповнюють словниковий склад мов.

Оновлення лексичного складу будь-якої мови є неперервним процесом. Мова – складне і багатогранне суспільне явище, вона безперервно розвивається. За останні десятиліття в англійській та німецькій мовах з'явилося чимало нових мовних одиниць; деякі лексеми, що вже існували в мові, збагатилася новими значеннями. Часто поява нової лексики пов'язана з інноваціями у сфері інформаційних технологій, зокрема у галузі мобільного зв'язку. Довгий час ця галузь залишалася мало вивченою і недостатньо систематизованою. Це пов'язано з тим, що вивчення неологізмів в зазначених мовах активно почалося лише в ХХ столітті.

Розвиток мови значною мірою зумовлений розвитком її словотвірної системи, становленням нових словотвірних моделей, зміною наявних, збільшенням або зменшенням їхньої продуктивності та багатьма іншими чинниками процесу словотворення. Процес утворення нових слів відображає у мові потреби суспільства у вираженні нових понять, які є своєрідним продуктом розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин тощо. Причини виникнення нових слів лінгвісти пов'язують із новими відкриттями, поглибленням уявлення про раніше відомі факти та явища дійсності. Але потрібно чимало часу, щоб нові слова стійко закріпились у мові, а їх вживання було зрозумілим кожному. Кількість інновацій на лексичному рівні не піддається точним підрахункам, оскільки неологізми виникають не в мові як у знаковій системі загалом, а її реалізації – у мовленні конкретних носіїв.

Далеко не всі вони закріплюються в мові – лише поняття які відображають важливі проблеми сучасності.

У витоків дослідження сучасної неології були роботи І. Андрусак [1], І. Арнольд [3], О. Борисова [5], Д. Ганич [9], Н. Гладуш [10], В. Заботкіна [21, 22], Ю. Зацний [23-27], О. Земська [28], В. Редя [41], Я. Рецкер [42], О. Селіванова [43], С. Татаранюк [50], Н. Топурідзе-Сумбатова [51], К. Хеллер [63], Д. Херберг [64]. Проблеми визначення терміну «неологізм» присвячені розвідки таких вітчизняних та зарубіжних науковців як: Х. Бусман [59], В. Виноградов [8], Ю. Жлуктенко [20], В. Карабан [31], В. Комісаров [33], М. Кінне [65], О. Слаба [44, 45], Е. Сорокіна [46], М. Степанова [47-49], Р. Фішер [62] та ін. Шляхи виникнення і функціонування неологічних лексем розглядалися в дослідження таких мовознавців як: В. Бояркина [6], Н. Булавін [7], Н. Годжаєва [11], А. Д'яков [16], С. Єрмоленко [18], П. Жильбер [19], Е. Кубрякова [37], Ю. Лущик [38], Г. Мірам [66], М. Цвілінг [53], Н. Шанский [55]. Однак навіть у найбільш ґрунтовних з перерахованих досліджень відсутній структурний та лексико-семантичний аналіз неологізмів сфери технологій мобільного зв'язку.

Отже, **актуальність** пропонованого дослідження зумовлена необхідністю вивчення широкого застосування нової лексики сфери технологій мобільного зв'язку внаслідок бурхливого розвитку науково-технічного прогресу, важливістю та специфікою цієї сфери, а також недостатнім рівнем вивчення неологізмів та розробленості зазначеної проблематики з точки зору мовних особливостей. У зв'язку з цим виникає потреба дослідити цей напрямок, адже саме це дасть змогу надалі визначити перспективи розвитку цієї субгалузі в сучасних умовах.

Зв'язок роботи з науковими темами. Дипломну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми № 61118 кафедри теорії та практики перекладу ЗНТУ «Система й структура германських мов у когнітивно-комунікативній парадигмі знання». Тему роботи затверджено наказом ректора № 311 від 31.10.2018.

Об'єктом дослідження є неологізми, як лінгвістичне явище, яке тісно пов'язане з інноваціями у сфері інформаційних технологій, зокрема у галузі мобільного зв'язку.

Предметом аналізу постають структурно-семантичні особливості зазначених неологізмів.

Метою роботи є дослідження англо- та німецькомовні неологізми у сфері мобільного зв'язку, визначення їх структурно-семантичні особливостей та їх переклад.

Досягнення мети передбачає виконання цілої низки **завдань**:

- розглянути сутність неологізмів як лінгвістичного явища;
- проаналізувати основні способи творення неологізмів у сучасних англійській та німецькій мовах;
- з'ясувати лексико-семантичні та структурно-граматичні особливості неологічної лексики сфери мобільного зв'язку;
- проаналізувати труднощі та визначити способи перекладу неологізмів сфери мобільного зв'язку українською мовою;
- скласти глосарії неологічних утворень англійської та німецької мов сфери мобільного зв'язку.

Дослідження виконано на **матеріалі** неологізмів сфери технологій мобільного зв'язку, вибраних із сучасних англо- та німецькомовних словників та інтернет ресурсів та налічує 470 термінів.

У роботі були застосовані наступні **методи дослідження**: *системно-функціональний метод* – для вивчення функціонування неологізмів в технічній терміносистемі; *метод систематизації*, що дозволив систематизувати та надати класифікацію англо- та німецькомовних неологізмів сфери мобільного зв'язку; *метод компонентного аналізу* – для встановлення структури плану змісту лексико-семантичних одиниць; *метод порівняльного аналізу*, використаний для виявлення особливостей та відмінностей структурно-граматичних та лексико-семантичних засобів утворення неологізмів англійської та німецької мов порівняння; *метод*

перекладацького аналізу – для аналізу труднощів, що можуть виникнути під час перекладу неологізних утворень та виявлення шляхів їх подолання через застосування перекладацьких трансформацій.

Теоретичне значення роботи зумовлено тим, що її результати сприяють вирішенню низки питань сучасної лінгвістики, пов'язаних зокрема із визначенням способів творення та систематизації неологізмів сучасної англійської та німецької терміносистеми технічної субсфери мобільного зв'язку.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використаними у спецкурсах із перекладознавства, термінології, лексикології, у практиці перекладу та при укладенні словників неологізмів.

Структуру дипломної роботи зумовлено логікою дослідження, його метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та списку використаних джерел (86 найменувань) та 4 додатки. Загальний обсяг роботи – 144 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Проблематика визначення терміну «неологізм»

Лексика будь-якої мови постійно поповнюється, збагачується, оновлюється. Одні слова зникають, виходять із ужитку, інші, навпаки, з'являються, починають активно використовуватися носіями мови. Словниковий запас мови може збагачуватися, наприклад, внаслідок розбудови держави і розвитку її зв'язків з іншими країнами. Проте основним джерелом поповнення словникового запасу є не запозичення, а утворення нових лексичних одиниць з урахуванням існуючих в мові норм шляхом застосування різних способів словотворення.

Поява нових слів є відображенням у мові потреб суспільства у вираженні нових понять, що постійно виникають у результаті розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин і т.ін. У зв'язку зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій відбувається процес збагачення словникового складу усіх мов, і англійської зокрема, новими лексичними одиницями на позначення комп'ютерних інновацій. У середньому впродовж року в англійській мові з'являється близько 800 неологізмів, більшість з яких пов'язані зі сферою інформаційно-комунікаційних технологій [1, с. 7]. Ю. Зацний наголошує, що «неологізми технічної сфери складають 10 % від загальної кількості усіх неологізмів» [27, с. 4].

Слова і словосполучення або вирази, на позначення нових явищ дійсності, нових предметів чи понять, що перебувають в процесі входження в загальне використання і з'являються у мові в зв'язку з виникненням нових понять, у зв'язку з ростом культури, техніки, з розвитком або зміною суспільних відносин, називаються **неологізмами** (від грецьк. *neos* - новий

термін і *logos* - слово). Термін «неологізм» ще тлумачиться як «...нове слово, що виникло за пам'яті людей, які його використовують» [40, с. 1].

Для того, що зрозуміти механізм утворення нових слів, розглянемо більш детально міркування сучасних лінгвістів, щодо природи неологізмів, які стверджують, що: для неологізмів «чинник часу виникнення слова є визначальним у встановленні його новизни» (О. Кубрякова, Є. Розен); основним у визначенні неологізмів є не їх хронологічні межі, а функціональна доцільність нової номінації (А. Кравченко, А. Радченко); входженню слова в мову сприяють: функціональна доцільність, критерій правильності, вплив багатьох чинників і частотність вживання слова (Г. Міськевич, Л. Гельцова); неологізм – це слово, яке знаходиться на початковому етапі свого історичного життя в мові (А. Ликов, Ю. Зацний) [35, с. 122].

Зокрема, Н. Котелова називає чотири основні параметри-конкретизатори неологізмів: 1) час (неологізми – нові слова будь-якого періоду); 2) мовний простір (сфери і жанри вживання неологізмів); 3) конкретизація тих одиниць, які оцінюються з позицій їхньої новизни; 4) встановлення структурних ознак новизни слова. Названі параметри неологізмів можна передати у формі запитань: де? коли? що? які? [35, с. 124]. Не можна не погодитися з думкою дослідниці, що «кожне нове слово зумовлене попередньою мовною традицією і що всі новоутворення – це слова, які є відомі, «очікувані» у мовній системі як потенційно можливі одиниці» [13, с. 26]. Таким чином, коли мова йде про неологізми, маємо на увазі словникові одиниці, в яких або форма і значення, або тільки значення згаданої лексичної одиниці сприймаються як нові протягом деякого часу більшістю членів певної комунікативної спільноти.

З огляду на вищезазначене, в сучасній лінгвістиці немає ані єдиного критерія для визначення новоутворень, ані спільного визначення терміну «неологізм». Тому проаналізувавши праці сучасних лінгвістів з питань неології, ми виділи 5 напрямів в дослідженні неологізмів.

Так, представники першого напрямку акцентують увагу на соціальності новоутворень. Х. Бусман, Д. Ганич і В. Заботкіна визначають неологізм як явище соціальне, що неможливо уявити опосередковано, невраховуючи суспільний фактор. Х. Бусман називає неологізм «частиною мовної спільноти, що використовується для позначення нових подій» [59, с. 6].

Д. Ганич зазначає, що неологізм «кожне нове слово, що постає у мові, яке набувши широкого вжитку, входить в активний словниковий склад, перестає бути неологізмом» [9, с. 151]. В. Заботкіна вважає, що «після своєї появи нова лексична одиниця проходить стадії сприйняття суспільством, переважно через посередництво викладачів та журналістів. Сприйняттю нового слова масами сприяє поява нового слова у засобах масової інформації, тобто лексикалізація, у результаті чого нова мовна одиниця адекватно сприймається та вживається носіями мови» [18, с. 21].

Увага лінгвістів другого напрямку сконцентрована на хронології новоутворень. Так, О. Селіванова та Д. Херберг основну ідею дослідження неологізму вбачають у розвитку в часовому просторі. За О. Селівановою, «неологізм – це слово чи сполучення, використані мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття, або в новому значенні, й усвідомлюються носіями мови» [43, с. 417]. Д. Херберг робить найбільший акцент на розвиток неологізма у часі, що «з'являється в певний відрізок мовного розвитку комунікативного співтовариства, набуває поширення, приймається в цілому як мовна норма і в цей часовий проміжок розвитку сприймається більшістю носіїв мови як нове протягом певного часу» [64, с. 292]. Учені збігаються у твердженні, що новими словами є одиниці, які з'являються в мові пізніше якогось часового рубежу, прийнятого за відправний (наприклад, кінець другої світової війни, період освоєння космосу тощо). Таким чином, даний критерій неологізму, з одного боку, є суб'єктивним, а з іншого – об'єктивним [21, с. 31].

Лаконічність також є вкрай важливим фактором, оскільки людина краще засвоює інформацію якщо її подати у менш змістовній формі, тобто

невеликою кількістю простіших слів передати основну ідею, тому важливо дотримуватися доцільності викладу. Але іноді такий виклад може привести до втрати деякої частини важливої інформації, що було б вкрай важливо донести до реципієнта. А. Радченко вважає, що «основним у визначенні неологізмів є не їх хронологічні межі, а функціональна доцільність нової номінації» [18, с. 14]. К. Хеллер намагаючись трактувати поняття неологізм дійшов висновків, що «реципієнта задовольнить проста і лаконічна відповідь», що «мова йде про нові слова, лексичні одиниці нашого словникового запасу, які заповнюють прогалини в найменуваннях, є свідченнями розвитку мови, а, отже, і соціального розвитку, оскільки нові явища соціальної дійсності повинні бути, що називається, втілені в слова» [63, с. 4].

Критерій новизни чітко простежується у роботах І. Арнольд, О. Земської та М. Кінне. Лінгвіст І. Арнольд стверджує, що «неологізм – це лінгвістичний термін, який відноситься до будь-якого новоствореного слова, словосполучення, нового значення уже існуючого слова, або слова, запозиченого з іншої мови, новизна якого все ще відчувається» [3, с. 89]. М. Кінне розрізняє нову лексему і нове значення. Він розділяє неологізми в залежності від мети їх використання та відмежовує поняття «неологізм» від поняття «окказіоналізм» та інших мовних новоутворень [65, с. 72]. Але саме О. Земська, даючи визначення нових слів, наголошує на важливості «відчуття новизни при сприйнятті нового слова» [28, с. 147].

Зміст і форма актуалізуються як ключові чинники при дослідженні неологізму у працях наступних лінгвістів. Н.М. Булавіна, акцентуючи увагу саме на змістовій складовій неологізма твердить, що «він розкриває свій потенціал через поділ на морфологічні, лексичні та стилістичні» [7, с. 104-105]. Так, Н.Ю. Топурідзе-Сумбатова дає розгорнуте визначення неологізму, який є «новим словом (стійке сполучення слів), що відповідає потребам спілкуванням, нове за значенням і за формою (або тільки за одним з них), створене за словотворчими законами або запозичене з іншої мови» [51,

с. 189]. Виходячи з єдності форми і змісту та враховуючи їх співвідношення, М.Д. Степанова виділяє такі основні типи неологізмів: нові за значенням і за формою; нові за значенням, але старі по формі; нові за формою, але старі за значенням чи нові по відтінку значення [48, с. 56-57].

О. Селіванова та Д. Херберг основну ідею дослідження даного терміну вбачають у його розвитку в часовому просторі беручи за основу хронологічні параметри неологізму. І. Арнольд, О. Земська та М. Кінне роблять акцент на відчутті новизни. Для А. Радченка і К. Хеллера основними є лаконічність і доцільність передачі повідомлення. У працях М. Булавіна, М. Д. Степанової та Н. Топурідзе-Сумбатової основними критеріями визначення неологізмів є їхній зміст і форма. Як бачимо, визначення поняття неологізму дещо відрізняється у зарубіжних філологів, які займаються проблемами неології: посилення на час виникнення, розповсюдження і впровадження нових слів має вирішальне значення для визначення поняття неологізму. В нашій роботі ми спираємося на визначення українського лінгвіста О.О. Селіванової, оскільки воно найповніше розкриває всю багатогранність даного поняття.

Отже, підсумувавши всі вищенаведені визначення терміну “неологізм” ми визначаємо його як слово, яке за єдністю форми і змісту в порівнянні з вже існуючими в словниковому складі мовними одиницями є новим і входить у використання в мові. Це означає, що ми маємо справу з мовними змінами, які вже протягом певного часу є помітними в словниковому складі, але більшістю учасників мовної комунікації сприймаються новими. Це розмежовує неологізми від індивідуальних або випадкових утворень, так званих okazіоналізмів або слів-одноденок.

1.2. Характеристика новоутворень

Процес оновлення словникового складу будь-якої мови безперервний. Мова – складний суспільний феномен. Він є засобом людської комунікації і

знаходиться в постійному русі. Можна сказати, що мова – дзеркало суспільства. Розвиток суспільства відображається в численних лексичних одиницях, що визначають суспільні відносини та зміни, які неминуче тягнуть за собою лексичні інновації та перетворення в мові.

Лексичні інновації можуть бути пов'язані і з новим референтом, коли нове слово з'являється одночасно з появою нового поняття (неологізми за формою), і з перейменуванням існуючої реалії з метою економії мовних засобів та вираження експресії (неологізми за змістом). Тому розглядаємо неологізми не лише як лексичні одиниці, які мають нову, ще не зареєстровану форму, але й як нові назви існуючих референтів [44, с. 111]. Нові значення вже існуючих одиниць мови, які з'являються в певний період її розвитку, поширюються й визнаються як мовна норма.

Слово є неологізмом дуже недовго. Щойно воно починає активно вживатися, як втрачає ознаку новизни і поступово стає загальноживаним. Нині слова *cosmodrome*, *programming*, *radar*, *rocket* вже не є неологізмами [61, с. 31]. В англійській та німецькій мовах в середньому за рік з'являється приблизно 800 нових слів. Перед зарубіжними мовознавцями постає завдання не лише фіксувати нові слова, але й досліджувати їх якості, специфіку творення і функціонування. Людина, що створює нове слово (*originator*) прагне до індивідуалізації та оригінальності. Нова лексична одиниця проходить кілька стадій соціалізації (прийняття її в суспільстві) і лексикалізації (закріплення її в мові). З'явившись, неологізм поширюється, як правило, викладачами університетів, шкільними вчителями, працівниками засобів масової інформації. Потім він фіксується в друці. Наступна стадія соціалізації – прийняття нової лексичної одиниці широкими масами носіїв мови. Після цього розпочинається процес лексикалізації: набуття навичок використання неологізмів у суспільстві, виявлення умов та протипоказань для його використання в різних контекстах. В результаті утворюється лексична одиниця окремого структурного типу (просте, похідне, складне,

складнопохідне слово чи словосполучення), яка включається в різні словники неологізмів.

Кількість інновацій на лексичному рівні не піддається точним підрахункам, оскільки неологізми виникають не в мові загалом як у системі об'єктивно існуючих, соціально-закріплених знаків, а в реалізації цієї системи – у мовленні конкретних носіїв. Далеко не всі вони закріплюються в мові. Однак поява нового слова не завжди викликана безпосередньою потребою суспільства в новому значенні, яка лежить в основі позамовних чинників. До мовних чинників утворення нового слова належать, насамперед, розширення можливостей точнішого відображення об'єктивної реальності, прагнення до подолання номінативної недостатності та до уніфікації мовних засобів, прагнення носіїв мови поповнити, поглибити й розширити уявлення про предмет або явище, деталізувати поняття, ознаки завдяки розмежуванню смислових і функціональних відтінків [45, с. 5].

Багато новоутворень “потенційно існують” у мові і досить вільно утворюються на основі високопродуктивних словотвірних моделей, коли виникає необхідність назвати поняття, для якого в певній мовній традиції не існує прийнятої, усталеної номінації. Такі новації, що виникають для трансномінації вже відомих понять, є результатом породжуючої функції мовної системи [38, с. 22].

Найважливішим механізмом утворення неологічних лексем є аналогія, яка дозволяє переходити від наявних форм до логічного продовження та повторення. Одним із способів реалізації аналогії є постійна тенденція в мовній системі до експресивності. Таким чином, аналогія сприяє уніфікації в межах однорідної лексичної групи і усуває двозначність, що виникає в результаті появи омонімічних найменувань [44, с. 113].

Закріплюються в мові насамперед ті одиниці, що передають поняття, пов'язані з важливими проблемами сучасності. Дослідження інновацій німецької мови свідчить, що дуже часто їх інтеграція в лексико-семантичну систему залежить від безпосереднього зв'язку з актуальними суспільними

рухами, зумовлюється висуванням на перший план певних соціальних груп, особливо тих, у яких саме й народжуються нові слова та словосполучення.

Хоча зовнішні фактори і здійснюють вагомий вплив на розширення словникового складу мови, не всі новотвори можуть вважатися наслідком дії позамовних чинників. Це пояснюється наявністю внутрішніх, суто лінгвальних, факторів мовного розвитку, які пояснюють глибинні тенденції процесу неологізації – формування аналітизму, економію мовленнєвих зусиль.

Отже, неологізм – це слово, значення якого з'являється у певний період часу в мові, і його новизна усвідомлюється мовцями. Номени, які ввійшли до основного словникового складу мови, залишаються неологізмами до того часу, поки носії мови відчують незвичність і новизну, відображені опосередковано через поняття, явища і процеси об'єктивної дійсності.

1.3. Типологія та класифікація неологізмів в англійській та німецькій мовах

У наш час англійська та німецька мови, як і багато інших мов, переживають так званий «неологічний бум». Велика кількість нових слів, що увійшли в мову за останній час, дають можливість виявлення конкретних типів неологізмів для створення детальної їх класифікації. Різні лінгвісти по-різному підходять до питання про типологію неологізмів. Розрізняють неологізми лексичні й семантичні. **Лексичні неологізми** - абсолютно нові слова як за значенням, так і за звучанням. **Семантичні неологізми** – це нові значення слів, що вже наявні в мові [24, с. 39].

Більш поширеним є поділ на такі групи: 1) лексичні (нові слова); 2) фразеологічні (нові стійкі словосполучення); 3) семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або семантичні варіанти стійких словосполучень); 4) словотворчі інновації (які матеріально втілюються в нових словотворчих

елементах, у «нематеріальному» вигляді вони представлені новими словотвірними моделями) [23, с. 23].

Причинами появи неологізмів є: 1) потреба називати нові предмети, явища, поняття: *iPhone, smartphone*; 2) потреба замінити назви точнішими, зрозумілішими, які б більше відповідали нормам сучасної мови (лексичні неологізми): *calling – footnote, interest – rate*; 3) набуття словами, що вже існують у мові, нових значень (семантичні неологізми): *tablet* (з фр. *planchette*, букв. – дощечка; чотирикутна дошка, на яку наклеєно креслярський папір; застосовують при картографуванні + *tablet* (перен., підвид сучасних комп'ютерів); 4) бажання дати предметові чи явищу свіжу образну назву, яка більше відповідає світосприйманню автора (індивідуальні чи авторські неологізми) [40, с. 1].

Також причиною появи неологізмів є розвиток суспільного ладу і науково-технічний прогрес: поява нових соціально-економічних реалій, відкриття у технічних галузях, досягнення у сфері культури.

У сучасній лінгвістиці спостерігаються не тільки різні погляди вчених на неологізми, але й систематизацію цих лексико-семантичних одиниць. Так, німецькій лексиколог Д. Герберг серед новітніх неологізмів розрізняє: 1) власне неологізми (*Neuwort*) – слова, що характеризуються абсолютною новизною як щодо форми, так і щодо змісту (напр. *simsen, chatten*); 2) новоутворення (*Neuprägung*) – слова, що відзначаються новизною форми (напр. *Wirtschaftsauguren, Verwaltungs-wissenschaften, Teuro*); 3) трансформації (*Neubezeichnung*) – слова, у яких нова форма поєднується із значенням, яке передавалося раніше іншими лексичними засобами. (напр. *Office* замість *Büro, Kita* замість *Kindergarten, Bar* замість *Bierlokal, News* замість *Neuigkeiten, Start* замість *Augangspunkt*); 4) Семантичні неологізми (*Neubedeutung*) – слова, у яких нове значення передається формою, наявною в мові. (напр. *Maus, Virus, Menü, Ordner* (комп.), *Pate, Engpass*). Тобто новизна може стосуватися або лише семантики слова (новація за змістом),

або тільки його матеріальної форми, або одночасно і змісту лексеми, і її форми [41, с. 41].

Н.М. Шанський стверджує, що, «лексичні неологізми зазвичай виражаються запозиченнями з інших мов або новими словами, утвореними на базі існуючих мов; семантичні служать конкретним стилістичним цілям (якщо вони по-іншому називають вже назване)» [55, с. 98].

В.Д. Бояркіна поділяє думку Н.М. Шанського щодо зарахування авторських новоутворень до лав неологізмів. Викладаючи свої міркування щодо природи неологізмів, вона стверджує, що: «Термін «нові слова» об'єднує різні типи новоутворень, входжень і запозичень. Це не тільки новоутворені слова літературної мови, але і слова, які перейшли з інших мов, з народних говорів, відроджені слова, а також індивідуальні авторські освіти» [6, с. 93].

Е.А. Сорокіна дотримується тієї ж точки зору, що і вищевказані лінгвісти; зараховуючи okazіональні слова до лав неологізмів. На думку Сорокіної, «нові слова розрізняються своєю стилістичною маркированністю, використанням, походженням, різняться семантичними особливостями, граматичними ознаками» [46, с. 7]. Французький лінгвіст П. Жильбер, який присвятив більшість своїх досліджень проблемам неології і неологізм, виділяє 4 типи неологізмів з урахуванням способу їх утворення. Це: фонологічні неологізми, семантичні неологізми, запозичення, синтагматические неологізми, які створюються шляхом комбінації існуючих в мові знаків (словотвір, словосполучення) [19, с. 58].

В залежності від умов творення неологізми поділяють на анонімні (не пов'язані з іменем автора) та авторські, які були введені в мову конкретним автором. Серед авторських неологізмів слід виділити okazіоналізми – слова, утворення яких суперечить законам словотвору, і використовуються автором лише в умовах даного контексту як лексичний засіб художньої виразності. Okазіоналізми зазвичай не отримують широкого розповсюдження та не входять до словникового складу мови. [35] Прикладом такого okazіональної

одиниці є лексема *die Herrenscheine* замість *die Adligen* – благородний (індивідуальний неологізм Т. Манна).

Російський лінгвіст В.І. Заботкіна [21] і казахстанський лінгвіст Н.Н. Королева [34] підрозділяють нові слова на:

1) власне неологізми (новизна форми поєднується з новизною змісту): *audiotyping* – аудіодрук; *thought-processor* – комп'ютер, логічно вибудовує і розвиває ідеї;

2) трансномінації, що поєднують новизну форми слова зі значенням, що вже було передане раніше іншою формою: ; *der Affe* – людина, що невміло поводить ся з пристроєм;

3) семантичні інновації або переосмислення (нове значення позначається формою, вже була в мові): *bread* – гроші; *acid* – наркотик ЛСД; *gas* – щось хвилююче і дуже приємне. Ця класифікація подається, виходячи з критерію номінації.

У спеціальних дослідженнях, присвячених проблемі збагачення словникового складу сучасної німецької мови, спостерігається значне класифікаційне різноманіття неологізмів. Виходячи з єдності форми і змісту та враховуючи їх співвідношення, М.Д. Степанова і В.І. Чернишова виділяють такі основні типи неологізмів:

1) неологізми, нові за значенням і за формою, утворені за наявними в мові продуктивними моделями, наприклад: *Selbstkritik*, *EDJler* (і стилістичний синонім цього слова — *die Blauhemden*, семантична вмотивованість якого заснована на тому, що члени молодіжної організації носять сині сорочки) тощо;

2) неологізми, нові за значенням (при різкому відмінні від старого значення), але старі за формою, пор., наприклад, *Pate* шеф і *Pate* — хресний (в новому значенні *Pate* шеф фактично вже омоним), *Engpass* – ущелина, тіснина і *Engpass* – вузьке місце, прорив (в установі, на підприємстві тощо).

3) неологізми, нові за формою, але:

а) старі за значенням, напр.: *Fernsprecher* замість *Telefon* (неологізм кінця XIX, початку XX століття), *Funk – Radio* та ін;

б) нові по відтінку значення, напр.: *starten – anfangen* тощо [48].

Найбільш продуктивними слід вважати неологізми першої і другої групи. Неологізми третьої групи, які замінюють німецькі слова, мають зазвичай експресивно-образний характер, замінюють іншомовні слова – нейтральні щодо експресивності, але і в їх використанні спостерігається відоме функціонально-стилістичне обмеження.

Отже, на сьогоднішній момент не існує єдиної класифікації неологізмів, яка б враховувала всі можливі ступені інновації, які часто є неоднозначними як результат дії різних чинників. Звичайно, новостворені слова, нові значення займають не те ж саме місце в лексиконі, що і вже існуючі, оскільки не всі слова набувають загального вжитку, тобто використовуються всіма членами мовного співтовариства. Деякі залишаються лише словами на певні випадки (оказіоналізми, тимчасові утворення).

1.4. Способи творення неологізмів

Поповнення словникового складу будь-якої мови є наслідком двох головних процесів: «процесів зростання» (processes of growth), завдяки яким в мову входять нові слова та «процесів змін» (processes of change), завдяки яким існуючі одиниці набувають змін значення. Інакше кажучи збагачення лексичного рівня відбувається двома шляхами: кількісним та якісним поповненням. В свою чергу кількісне поповнення відбувається шляхом внутрішніх та зовнішніх процесів. Під внутрішнім процесом розуміють поповнення словникового складу за рахунок його власного потенціалу. Це продуктивний спосіб поповнення – словотвір. Зовнішнім процесом поповнення називають запозичення. Під якісним поповненням розуміють

зміну семантичної структури слова. Ю.А. Зацний відносить до таких змін наступні:

- 1) генералізація (розширення значення);
- 2) спеціалізація чи конкретизація (звуження значення);
- 3) метафора та метонімія (перенос значення);
- 4) деградація та елевація (погіршення та покращення) [26, с. 191].

Створення нових слів відбувається, перш за все, як відображення в мові нових понять, які постійно виникають у результаті розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин тощо. Особливо багато неологізмів з'являється в науково-технічній мові в результаті бурхливого прогресу науки і техніки. Прикладами неологізмів можуть служити слова, які з'явилися порівняно недавно: *to dieselize* – встановити дизель, облаштувати дизелем, *tracer atom* – мічений атом.

Найпродуктивнішими способами утворення неологізмів в англійській мові є словоскладання, конверсія та зміна значення слова. Аналіз корпусу дослідження показав, що переважну кількість нових словникових одиниць складають іменники, оскільки розширення словника відбувається головним чином за рахунок об'єктів та явищ, які наповнюють культурологічний простір [22, с. 207].

Поява семантичних неологізмів регулюється дією закону економії мовних засобів, що зменшує кількісний приріст лексичних одиниць і спрямовує номінативну діяльність на вторинну номінацію – веде до переосмислення вже наявних у мові номінативних засобів [20, с. 66]. Дослідники неологізмів переконують, що нова лексика утворюється із власного матеріалу через словотворчі операції і переосмислення уже наявних одиниць [42, с. 3].

Афіксальні одиниці складають 24% всіх новоутворень і в незначній мірі поступаються складним словам. Число афіксів, які використовуються при утворенні нових слів, зростає. За останні 25 років в утворенні нових слів було використано 103 суфікса, 127 префіксів [9, с. 180].

Суфіксальні одиниці більш уживані в повсякденному спілкуванні і в більшій мірі марковані позначкою «сленг». Одним з найуживаніших сленгових суфіксів є суфікс *-y / -ie*, (іронічне значення). Слова, утворені з його допомогою, обмежені у вживанні рамками неофіційного спілкування, переважно серед молоді: *roadie* – член групи музикантів, відповідальний за транспортування і установку апаратури; *tekky (techno-freak)* – людина, одержима технічними нововведеннями.

Суфікс *-on* («елементарна одиниця або частка») використовується для створення наукових термінів: *gluon* – нова елементарна частинка у фізиці, *lixon* – елементарна частинка з нульовою масою. У ґрунтознавчій таксономії активно використовується новий суфікс *-sol* (від латинського *solum* ґрунт) для визначення різних видів ґрунтів: *vertisol* – глиняні ґрунти.

Основне джерело **префіксів** для утворення неологізмів є латинська, французька і грецька мови: *acro-*, *bio-*, *euro-*, *micro-*, *tele-*, *xeno-* та інші. Найбільш продуктивними префіксами є: *anti-*, *co-*, *cyber-*, *de-*, *dot-*, *non-*, *post-*, *re-*, *pre-*, *sub-*, *un-*. Їх вживання, як правило, обмежено науково-технічними сферами. Деякі префікси вичленовуються з фраз і складних слів: *dial-a* (служба, яку можна замовити по телефону) з *dialphone*, наприклад: *dial-a-bus*, *dial-a-meal* [66, с. 62].

Надзвичайно популярний в американському неформальному спілкуванні префікс *mega-*, що в останні роки активно використовується в лексиконі підлітків. Наприклад, для вираження вищої оцінки події, явища, людини вживається слово *megadual (totally awesome)* – щось надзвичайно гарне. *Dual* в даному випадку вживається в значенні «в два рази краще».

Префікс *eco-* (зі значенням «екологічний, пов'язаний з навколишнім середовищем») утворив такі слова як *ecodoom* – широкомасштабна екологічна катастрофа, *ecofreak* – ярий захисник навколишнього середовища [50, с. 26].

Конверсія – це особливий не афіксальний тип переходу слова в іншу частину мови. Найпоширеніші зразки конверсії: 1) іменник-дієслово (*a boss* –

to boss); 2) дієслово-іменник (*to catch – the catch*); 3) прикметник-іменник (*intellectual – the intellectual*); 4) іменник-прикметник (*a maiden – maiden*).

О. Борисова, Ю. Зацний, В. Карабан та інші додатково виділяють такі моделі конверсій: 1) прикметник-дієслово: *calm* (тихий, спокійний) – *to calm* (заспокоїти); *blind* (сліпий) – *to blind* (засліпити). Також неологізми, створені за цією моделлю відносяться до сленгу: *whee* (ось це здорово!) – *whee* (*whee up*) (підхльостувати); 2) прислівник-іменник *the altogether* (ціле, сукупність); прийменник-іменник *The ins and outs* (правляча партія і опозиція); 3) віддієслівні прикметники: *bolt-on* (розрахований на скріплення болтами), *take away* (що відпускається додому – про готові страви); 4) прислівник-прикметник: *stone* (абсолютно) – *stone* (абсолютний) [5, с. 10].

Неологізми також можуть утворюватися за допомогою **скорочення**, яке полягає у заміщенні частиною цілого. Наприклад, *Wiki* – це (апокопа) слова *Wikipedia* [31, с. 249].

Словоскладення. Складні слова – слова, утворені шляхом складання двох або більш слів; вони утворюються з різних частин мови. Найбільш продуктивними є наступні моделі:

- а) N+N (*roadman* – учасник велогонки);
- б) N+Adj (*media-shy* – людина, що відчуває страх перед камерою);
- в) Adj+N (*solar farm* – територія з обладнанням, що перетворює сонячну енергію на електричну);
- г) Adv+V (*downlink* – передача інформації з супутника на землю);
- д) N+Part. (*learning-disabled* – нездатний вчитися).

Деякі слова вимагають пояснення для того, щоб «розшифрувати» їх значення, яке не складається із значень слів, що входять в склад: *magnet school* – школа з ускладненою програмою, організованою для залучення студентів [30, с. 115].

Запозичення – елемент чужої мови (слово, морфема, синтаксична конструкція та ін.), який було перенесено з однієї мови до іншої в результаті

мовних контактів, а також сам процес переходу елементів однієї мови до іншої [24, с. 75].

Запозичення-неологізми, що можуть існувати в первісному вигляді, піддаватись прямому перекладу (калькуванню) або змінюватись, відповідно до правил цільової мови. Підраховано, що число споконвічних слів в англійському словнику складає близько 30% [42, с. 154].

Запозичення-неологізми можна розділити на чотири групи:

1. Власне запозичення. Їх основна мова-джерело – французька. Новою тенденцією є зростання запозичень з африканських та азійських мов, особливо з японської. Неологізми цієї категорії найчастіше передають поняття в галузі культури: (*cinematheque*); громадсько-політичного життя (*The Duma* – Дума); повсякденного життя (*Petit dejeuner* – невеликий сніданок); науки і техніки і т.д. [33, с. 257].

2. Варваризми – іншомовні або створені за іншомовним зразком слова чи звороти, що зберігають структурні ознаки чужих мов і відрізняються найбільшим ступенем новизни, наприклад: *glasnost, dolce vita* (італ.).

3. До третьої групи належать ксенізми – неологізми, що відображають реалії, специфіку побуту країни-джерела, невластиві мові акціпієнту. Наприклад: *kung-fu* – кунг-фу, *ninja* – ніндзя. Ксенізми складають 14% від всіх запозичень і мають більший ступінь новизни, ніж варваризми [33, с. 269].

4. Кальки (*pale-face* – блідолиций, *pipe of peace* – трубка миру). За останні 25 років кількість кальок в англійській мові різко зменшилася. В. Заботкіна виділяє всього три найбільш уживані кальки-неологізми: 1) *dialogue of the death* (від фр. Dialogue des sourds) – дискусія, в якій учасники не звертають уваги на аргументи одне одного; 2) *gliding time* (від нім. gletzeit) – ковзний графік; 3) *photonovel* (від ісп. photonovel a) – фотороман, роман, що складається з фотографій, звичайно з діалоговими вставками у стилі коміксів. [26, с. 236].

Потреби мови у нових словах та назвах можна задовольнити різними способами. І для цього не має відразу необхідності у створенні нового слова.

Вже існуюче слово може змінювати або розширювати своє значення, напр. *der Strom (fließendes Wasser und fließendes Elektrizität)* [37, с. 24-25]:

1) потрібні нові назви, які можуть бути імпортовані з чужої мови: *Dame, Porträt, Mode* (франц.); *Jeans, T-Schirt, Darty* (англ.); *Sputnik, Perestrojka* (рос.);

2) лексичний склад мови може збагачуватися також за допомогою запозичень. Склад мови може поповнюватися як з усної так і з розмовної мови, напр: *Kiste, Mühle (für das Auto), Röhre (Fernsehapparat)*;

3) також відродження старих слів розглядається як спосіб поповнення мови, напр. *früher der, das Virus – jetzt der Hacker*;

4) рідні або запозичені мовні елементи можуть утворювати також нові слова, напр. *Wortlehre – Wort+Lehre*.

Застосування засобів словотвору одночасно з утворенням нових слів слугують видам словотвору: сполучення двох коренів слів із або без сполучувального елемента – звідси ми отримуємо сполучення двох нових слів – додавання до основи слова словотвірних афіксів продукує створення нових лексем (*Arbeitnehmer, Ursprache*).

Ще одним наслідком запозичення є виникнення етимологічних дуплетів - слів, які етимологічно пов'язані з однією основою, але в сучасній мові мають різне значення, вимову та написання. Наприклад: *goal – jail, channel – canal*.

В результаті запозичення лексику будь-якої мови поповнюють інтернаціональні слова, які зустрічаються в багатьох мовах, проте мають деякі фонетичні розбіжності, що пов'язані з особливостями вимови у кожній окремій мові. Наприклад: *адреса, адрес* (рос.), *address* (англ.), *die Adresse* (нім.).

Особливу складність представляють запозичення англіцизмів, які часто в процесі «інтеграції» ще не мають у німецькій мові чітко зафіксованих граматичних форм, певних норм написання, вимови та вживання, тому можна зустріти різні варіанти написання одного й того ж слова, наприклад:

Carsharing (групове користування автомобілем), *Car Sharing*, *CarSharing*, *Car sharing*, *Car Sharing*, *carsharing*, *car sharing* [57]. Характерним є те, що для всіх запозичених лексичних одиниць у результаті транспозиції характерна зміна правопису (всі іменники пишуться з великої літери, згідно нормі німецької мови).

У плані морфологічної інтеграції усі іменники набувають категорії граматичного роду. Присвоєння роду відбувається згідно з певними принципами: лексичною подібністю: *der Shareholdervalue* – частка капіталу акціонерів (*der Wert/ der Profit*); роду: *der Anchorman* – ведучий програми новин; морфологічною аналогією: *die Political Correctness* – політична коректність (всі іменники з суфіксом *-ness* жіночого роду) [62, с. 149].

Для більшості лексичних одиниць характерна відносно висока ступінь інтегрованості, хоча багато з них виявляють коливання в роді. Деякі неологізми мають два, а інколи навіть три роди, як наприклад, лексична одиниця *Couchpatato* (людина, яка свій вільний час проводить переважно перед телевізором з солодошами або солоним печивом). Однак у текстах найчастіше цей неологізм має категорію жіночого роду, рідше чоловічого і середнього. Це можна пояснити тим, що англійське слово *potato* відповідає в німецькій мові іменника *die Kartoffel*, яке є жіночого роду.

Для запозичених лексичних одиниць характерно також коливання форм родового відмінка і множинного числа. Багато англонеологізмів допускають декілька варіантів утворення форм Genitiv Singular: без закінчення, наприклад, *des Carsharing* (що відповідає нормі англійської мови); із закінченням *-s*, наприклад, *des Carsharings* (що відповідає нормі німецької мови).

Що стосується категорії множини, то тут теж зустрічаються варіанти без закінчення, наприклад: *die Flyer* (листівки), і з закінченням *-s*, наприклад: *die Flyers*. Однак більш кращий варіант без закінчення за аналогією утворення множини в іменників у німецькій мові з закінченням *-er* [11, с. 280].

Дуже часто процес запозичення здійснюється не для номінації нових для німецької дійсності реалій, а для більш раціонального позначення вже відомих понять з метою досягнення певної прагматичної мети, закладеної в додаткові конотації обраного неологізму: *das Joint-venture (das Gemeinschaftsunternehmen)*, *Trend (die Entwicklungstendenz)*, *der Manager (kaufmännischer Leiter)*, *das Office (die Dienststelle)* тощо.

Фонологічні неологізми утворюються шляхом поєднання оригінальних окремих звуків. Такі своєрідні конфігурації звуків ще називають «штучними» неологізмами: *to buzz (to phone)* – від імітації роботи телефонного зумера; *boozy (drunk)* – від імітації звуків, що вимовляє сп'яніла людина.

Семантичне поширення – це поява нових значень вже існуючих слів у певній мові. Цей процес спричиняють: зміни в соціальному житті суспільства; термінологічне використання слів людьми різних професійних груп, де слова модифікуються, набуваючи нового змісту; адаптація із спеціальною метою.

Однак поява нового слова не завжди викликана безпосередньою потребою суспільства в новому значенні, яка лежить в основі позамовних чинників. До мовних чинників утворення нового слова належать, насамперед, розширення можливостей точнішого відображення об'єктивної реальності, прагнення до подолання номінативної недостатності та до уніфікації мовних засобів, прагнення носіїв мови поповнити, поглибити й розширити уявлення про предмет або явище, деталізувати поняття, ознаки завдяки розмежуванню смислових і функціональних відтінків. Варто зазначити сучасну тенденцію до зміни розчленованого найменування нерозчленованим, яка активно підтримується прагненням до створення інтернаціональних термінів. Пор. в нім. мові: *Floaten*, п замість «*frei schwankender Kurs*», *Manager*, м – «*kaufmännischer Leiter*» тощо [45, с. 5].

Найважливішим механізмом утворення неологічних лексем є аналогія, яка дозволяє переходити від наявних форм до логічного продовження та

повторення. Одним із способів реалізації аналогії є постійна тенденція в мовній системі до експресивності. Таким чином, аналогія сприяє уніфікації в межах однорідної лексичної групи і усуває двозначність, що виникає в результаті появи омонімічних найменувань.

Одним із потужних стимулів розвитку мови є тенденція до економії мовних зусиль. Ця тенденція є на сьогодні найпродуктивнішим напрямком німецького словотворення і знаходить своє вираження в заміні словосполучень однослівними найменуваннями, більш економічними за формою: *Dosenpfand*, *Genmais*. Складні слова компактні за формою, і водночас їх семантика легко сприймається, внутрішня форма прозора, що й зумовлює їх перевагу над словосполученням.

Ще одним джерелом «економічних» неологізмів є аббревіація, яка максимально суттєво скорочує формальний «обсяг» слова, повністю зберігаючи внутрішню форму: *SMS* (*Short Message Service* (engl. für «*Kurznachrichtendienst*»)), *cif* (*cost, insurance and freight* (Für «*Kosten, Versicherung und Fracht*»)) [16, с. 117].

Отже, ми з'ясували, що основними компонентами збагачення лексичного рівня мови є неологізми. До основних способів утворення неологізмів у сучасній англійській та німецькій мовах належать аффіксація, конверсія, словоскладання і скорочення. Серед нових мовних одиниць також можна виділити семантичні, фонологічні неологізми та неологічні запозичення (власне запозичення, варваризми, ксенізми і кальки). В нашому дослідженні ми робимо акцент на словоскладанні, що виступає найпродуктивнішим способом творення неологізмів обох мов, але якщо у англійській мові на рівні з ним виступає аффіксація, то у німецькій мові цей спосіб творення є домінуючим.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НОВОУТВОРЕНЬ СФЕРИ ТЕХНОЛОГІЙ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ

2.1. Структурні особливості неологізмів

Нові слова, що з'являються у результаті дії внутрішніх чинників мовного розвитку, також пов'язані з дією внутрішніх законів мови – закону аналогії, закону мовної економії, тенденції до однотипності. Задля вірного розуміння та перекладу неологізму необхідно знати його морфологічну будову, семантичні особливості, що відрізняють його від загальноживаних слів та особливості контекстуального функціонування.

За своєю морфологічною будовою новотвори сфери технологій мобільного зв'язку поділяються на:

1) прості непохідні: англ. **device** – *девайс, пристрій*; **yenta** – *пліткарка, яка багато базикає по телефону*; нім. **Der Affe** – *людина, що невміло поводить з пристроєм*; **die Gurke** – *жарг. мобілка, трубка*; похідні: англ. **tekky** (*techno-freak*) – *людина, одержима технічними нововведеннями*; **to mistext** – *відправити повідомлення помилково іншій людині*; **selfie** – *автопортретне фото.*; нім. **Abbrechen** – *виконувати аварійне завершення*; **abfragbar** – *з можливістю виклику*;

2) складні – англ. **Smartphone** – *мобільний телефон, який включає в себе багато тих же функцій, що і персональний комп'ютер*; **spyware** – *шпигунська програма для крадіжки інформації*; **Lifhack** – *пристрій, який полегшує життя*; нім. **der Fingerabdrucksensor** – *датчик відбитків пальців для розпізнавання власника телефону*; **die Handykurzwahl** – *скорочений набір номера з мобільного телефону*;

3) складені – англ. **Ghostcall** – *безсловесний телефонний дзвінок*; **Mobile Statue** – *людина, що різко завмерла в середині людського руху (поток)*;

telephone triage – медична консультація по телефону; нім. *Abgehende Verbindung* - вихідний дзвінок, *angepasstes Setup* - вибіркова установка;

4) складноскорочені – англ. *BYOD (bring your own device)* – «принось свій власний пристрій»; нім. *das NFC* – лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів; *die PIN (personal identification number)* - персональний код/пароль; *das App (application)* - мобільний додаток.

Аналіз вибірки англійських неологізмів сфери телекомунікації показав, що в її основі лежать складені новоутворення, переважна більшість яких представлена двокомпонентними іменниковими словосполученнями: *child supervision* – діяльність технічно підкованих дітей, які допомагають літнім родичам розібратися з електронними приладами; *digital detox* – час, який людина присвячує реальному, а не віртуальному світу, намагається не користуватися гаджетами. В свою чергу, німецька мова належить до тих, у яких словотвір відіграє важливу роль у поповненні номінативного складу мови. Найбільш поширеним способом словотвору німецької мови є словоскладання. Під словоскладанням, ми слідом за М.Д. Степановою розуміємо такий вид словотвору, «коли два або більше самостійних слова утворюють нову лексичну одиницю» [47, с. 100]. Воно постає одним з могутніх джерел розвитку та поповнення німецького лексичного запасу. До переваг цього способу словотвору можна віднести компактність та економність форми номінації, а також точність відображення ознак новотвору для позначення різних об'єктів дійсності.

Як було вже зазначено, в арсеналі сучасної англійської та німецької мов є багато способів утворення нових слів, зокрема словоскладання, конверсія, скорочення (аббревіація), зворотній словотвір, запозичення з інших мов і т.ін. Однак не всі перераховані способи використовуються в однаковій мірі, і питома вага кожного з них у словотвірному процесі неоднакова. Нами були зроблені вибірки, які складається з неологізмів субсфери технологій мобільно зв'язку. Вони відображають сучасні процеси і способи творення

аналізованого лексичного поля. Проаналізуємо вибірки з точки зору продуктивності створення неологізмів технологій мобільного зв'язку в обох мовах.

Словоскладання (злиття двох чи навіть більше основ) неологізмів яскраво виражене в сфері телекомунікації (56% від загальної вибірки). Саме цей спосіб показує специфіку мови, розкриваючи її характерні риси. Однак, як зазначає З.А. Харитончик, дуже складно визначити, де складне слово, а в яких випадках це словосполучення, у зв'язку з тим, що «норми сучасної англійської мови дозволяють поєднання слів, що володіють тими ж лексико-граматичними характеристиками, що і поєднуються при словоскоаданні основ» [52, с. 178]. Один з найбільш універсальних способів словотворення в англійській мові проілюстрований такими прикладами новоутворень: *catfish* – людина, яка спеціально створює акаунти неіснуючих людей в соціальних мережах; *chatterboxing* – перегляд телевізійного шоу і одночасне обговорення цього ж шоу з іншими людьми в мережі; *googledygook* – людина, яка має звичку користуватися Інтернетом і переходити за посиланнями за допомогою пошукової системи Google; *nomakeupselfie* – селфі без макіяжу; *screenager* – підліток від 12 до 18 років, весь час знаходиться онлайн.

Бленди мають таку особливість: якщо в їхній структурі один повний компонент може вільно функціонувати в мові, то другий – “осколковий” елемент (-thon, -rama, -tron, -cast, -tel) – у більшості випадків вживається лише в одному утворенні й не трапляється в інших оточеннях. “Осколковий” елемент може не збігатися з вихідною лексичною одиницею і сприйматися як структурний елемент з певною функцією та семантичними особливостями [28, с. 193]. Прикладами є такі неологізми: *brofie* (*brother* + *selfie*) – селфі з друзями-чоловіками; *Emoticon* (*emotion* + *icon*) – англійський варіант слова «смайл»; *felfie* (*farmer* + *selfie*) – фотографія фермера зі своїм вихованцем; *Netiquette* (*network* + *etiquette*) – Мережевий етикет; *Phablet* (*phone* + *tablet*) – смартфон, екран якого більший, ніж у телефона, але менший від

планшетного комп'ютера; **slactivism** (*slow + activism*) – слактивізм; **smexting** (*smoking + texting*) – відправлення текстових повідомлень на перекурі; **Textversation** (*text + conversation*) – розмова по мобільному телефону за допомогою текстових повідомлень.

Необхідно звернути увагу на те, модель словоскладання має на увазі не тільки слова, які пишуться разом, але і словосполучення, в склад в яких входять слова, що раніше вже існували, але їх спільне поєднання подається як нове значення [58, с. 47-50]. Отже, доцільно відносити словосполучення до словотвірної моделі – словоскладання, так як угруповання активно використовуються носіями мови, що призводить до утворення словосполучення з новим значенням: **mobile slap** – намагання вдарити когось мобільним телефоном; **phone neck** – біль у шиї, викликана притисканням телефону плечем до вуха протягом тривалого періоду; **text purgatory** – очікування відповіді на повідомлення з грайливим вмістом).

Звернемося до наступного способу утворення нових лексичних одиниць – **афіксації** (32% лексичного складу мови). Для даної словотвірної структури необхідна наявність важливих компонентів: основи або кореня і афікса. Як правило, додавання афіксальної одиниці відбувається відповідно до вже наявними моделей, відповідно до традицій мови [29, с. 22]. Виділяють два підвиди: суфіксацію і префіксація.

Суфіксальні одиниці більш уживані в повсякденному спілкуванні і в більшій мірі марковані позначкою «сленг». Одним з найуживаніших сленгових суфіксів є суфікс -у / -іє. Слова, утворені з його допомогою, обмежені у вживанні рамками неофіційного спілкування, переважно серед молоді: **selfie** – автопортретне фото. Прикладом цього словотвору є також лексема **diarrheaist**, где «diarrhea» (діарея) та «-ist» – «людина, яка розміщує занадто багато особистої інформації в соціальних мережах»; **googable** - «то, що можна знайти за допомогою пошукової системи Google»; **tekky** (*techno-freak*) – людина, одержима технічними нововведеннями; **mobiley** – досягнення чогось за допомогою мобільного телефону.

В англійській мові є корені з високо розвиненими комбінуючими властивостями. Вони вживаються у функції другого елемента слова і за своїм загальним значенням нагадують суфікс. Поруч з функцією напівсуфікса ці форманти довгий час вживались як окремі слова: -man, -like, -proof, -worthy, напр.: seaman, childlike, waterproof, blameworthy. Приклади аналізованих неологізмів, утворених за допомогою напівсуфікса: ***appoholic*** – людина, що схильна до завантаження додатків, в основному їй непотрібних; ***mobileholic*** – людина, одержима мобільними телефонами; ***nomophobia*** – страх залишитися без мобільного телефону або без сигналу стільникового зв'язку; ***Phonaphobic*** – страх розмовляти по телефону; ***Phoneaphobia*** – страх, коли хтось інший торкається вашого телефону; страх заразитися мікробами.

Префіксальні одиниці демонструють зростаючу роль префіксів. Прикладами префіксальних одиниць у складі аналізованого корпусу дослідження є: ***defriend*** – видалити кого-небудь зі списку контактів; ***tomistext*** – відправити повідомлення помилково іншій людині. Деякі префікси вичленовуються з фраз, складних слів і є напівпрефіксами або префіксоїдами: ***dial-a (dialphone)*** – служба, яку можна замовити по телефону; ***dial-a-bus*** – замовити транспортний засіб по телефону; ***dial-a-meal*** – замовити їжу по телефону; ***Phone-a-topia*** – група людей на вечірці, які хизуються своїми «гидкими» телефонами; ***teleshopping*** – здійснювати покупки по телефону, побачивши товар по телевізору чи у комп'ютері.

Впродовж останніх десятиліть скорочення стало одним із найбільш продуктивних способів поповнення словникового складу англійської мови, в якій фонетичні процеси привели до підвищення питомої ваги односкладових слів. Ця тенденція пояснює той факт, що 9% вибірки складають скорочення, що використовуються для раціоналізації та економії мовних зусиль: ***OTP (on the phone)*** – бути на телефоні. Як зазначає І.В. Арнольд: «скорочення характерні для сучасного етапу розвитку багатьох мов, і природно, що в англійській мові з її прагненням до односкладності вони поширені особливо сильно» [3, с. 327]. Скорочення – це зменшення числа фонем і / або морфем у

слові, уже наявних у мовній системі, але при цьому коли не відбуваються зміна лексико-граматичного значення. Тим паче, виділяють три структурні типи скорочення лексичних одиниць:

- **абрєвіація: *OTP (on the phone)*** – бути на телефоні;

Багато лінгвісти відзначають особливу роль абрєвіатур і акронімів (скорочення, що вимовляється як самостійне слово). Наприклад, **OLED** (*Organic Light Emitting Diode*) - органічні електро-люмінесцентні дисплеї; **AMOLED** (*Active Matrix Organic Light-Emitting Diode*) - активна матриця на органічних світлодіодах (технологія застосування світлодіодів, які підсвічуються самостійно). Цьому явищу також притаманне створення акронимов з цілої фрази. Прикладом є **BYOD** (*bring your own device*), що означає використання власних мобільних пристроїв на робочому місці; ; **SoLoMo** (*social + location (or local) + mobile*) – додаток для смартфона, що містить не тільки соціальні мережі, але і відомості про місце положення; або **USB OTG (USB On-the-Go)** - аксесуар-перехідник, адаптер, який дозволяє підключати до вашого смартфона периферійні пристрої, фактично перетворюючи ваш пристрій в комп'ютер.

- **усічені слова: *flexible flat cable (flex)***—шлейф; **Face ID** (*face identification*) - розпізнавання користувача по обличчю (метод аутентифікації, стандарт безпеки, в основі якого лежить створення структурної карти особи за допомогою інноваційної системи камер TrueDepth і передових технологій).

- **телескопізми** (нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів). Значення такого нового слова в більшості випадків містить сумарне значення обох своїх складників. Приклади телескопізмів: **sexting** (*sex ↔ texting*)— секстинг (відправлення текстових повідомлень сексуального змісту); **macturbate** (*Mac ↔ masturbate*) – задовольняти свої бажання, використовуючи продукт компанії Apple; **Mobile nonversation** (*non ↔ conversation*) – безглуздо розмовляти по телефону. Даному способу

утворення неологізмів сприяє прагнення до компресії через зростання потоку інформації, необхідної для передачі в найкоротші терміни. Також неологізми утворюються за допомогою стягнення – злиття декількох слів в одне. Слід зазначити, що в ході злиття основи двох слів можуть усікатися. Наприклад, неологізм *mobisode* – коротка програма, яка оптимізована для переглядів на невеликому екрані мобільного телефону, де основи «mobile» і «episode», друга при стяженій усічена. Або новоутворення *shelfie* («shelf» + «selfie») – фото книжкових полиць, які належать фотографу.

Провівши аналіз різних видів словотворення неологізмів в сучасній англійській мові, ми можемо зробити висновок про те, що основними є: словоскладання (56% від загальної кількості), скорочення афіксація (32% від загальної кількості) та менші групи, такі, як скорочення (9%), конверсія (2%) та інші (1%) менш продуктивні види слотвору:

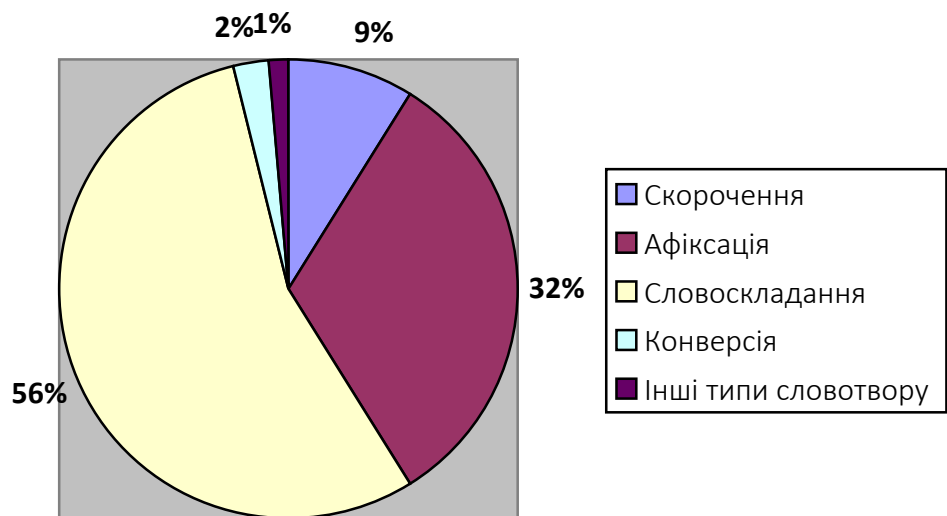


Рис.2.1. Відсоткове співвідношення частоти використання словотворчих моделей неологізмів в сфері мобільної комунікації.

Що стосується неологізмів німецької мови, то тут спостерігається схожа ситуація. Словниковий склад сучасної німецької мови розширюється наступними способами:

1. Словотвір. Нові слова будуються з вже існуючих в мові елементів, наприклад: *Handynutzer, Fotohandy, Freisprechanlage*.

2. Іноземні запозичення. Нові слова запозичуються з інших мов: *App, Mailbox, M-Commerce, facebooken, PIN, Second Screen, Sim-Lock* – з англійської мови.

3. Зміна значення. Значення вже існуючих у мові слів можуть змінюватися, або слова отримують додаткові значення, наприклад: *der Affe* – мавпа / людина, що невміло поводиться з пристроєм; *das Flaggschiff* – флагман / так кажуть про нову модель, яка тільки виходить на ринок.

Слід зазначити, що німецька мова володіє потужними можливостями словотворення, допускаючи створення складних слів з кількох основ у різноманітних варіаціях. У зв'язку з цим щодня в актах мовлення виникає безліч нових складних цільнооформлених одиниць, які, однак, не вважаються неологізмами і не фіксуються словниками, так як є продуктом одномоментної мовної творчості комунікантів.

В ході дослідження було виявлено, що німецькі неологізми утворюються, переважно, шляхом додавання декількох слів, тим самим утворюючи нову мовну одиницю. При цьому більшість з них є іменниками, рідше зустрічаються дієслова і прикметники.

Як уже зазначалося вище, дослідження базуються на вибірці неологізмів, яка показала, що більшість номінативних одиниць представлені іменниками. Це пояснюється тим, що існує потреба називати нові речі, і у зв'язку з цим ми аналізуємо лексику, пов'язану з назвою людей, явищ, предметів та ін. Продуктивними шляхами появи неологізмів-іменників у німецькій мові є слово- та основоскладання. Вони складають найчисленнішу групу: *die Bedieneinheit* – блок управління для через який можна керувати МТ; *das Diensthandy* – службовий мобільний телефон; *der Fingerabdrucksensor* – датчик відбитків пальців для розпізнавання власника телефону; *die Handynummerwahl* – скорочений набір номера з МТ; *der Handytasche* – футляр для МТ; *die Komfortfunktion* – приємна або цікава

додаткова функція для використання; *der Mobilfunkkunder* – абонент мобільного зв'язку; *der Abhörmodus* – режим контрольного прослуховування; *die Quasselstrippe* – базикало. Актуальність цієї моделі пояснюється тим, що слова-композиції, які складаються з двох або більше слів, є зручним засобом для передання складних понять у стислій формі.

Другою за чисельністю є група неологізмів-дієслів. Вони, як і іменники, складають основний лексичний масив: *abstürzen* – глючити; *entsperren* – розблокувати МТ; *herumtippen* – утримувати палець на клавіші деякий час; *herumspinnen* – не функціонувати; *stocken* – зависати; *tippen* – друкувати легким дотиком пальця, злегка натиснути.

Ще одна частина мови, яка розглядалася в нашому дослідженні, – прикметники. Їх частка, порівняно з іншими частинами мови, невелика: *abfragbar* – з можливістю виклику; *abgehende* – вихідний; *ankommende* – вхідний; *lahmarschiger* – більш повільний, з часом починає працювати не так швидко, як спочатку. Це можна пояснити тим, що, крім потреби дати назву новим явищам і предметам, виникає необхідність у словах, що здатні якомога чіткіше охарактеризувати об'єкт.

Як було вже зазначено, словоскладання є одним з найпродуктивніших способів творення неологізмів. При утворенні складного слова «лексичні значення обох компонентів зливаються та утворюють нову семантичну одиницю з новим значенням, яке домінує над індивідуальними значеннями основ і характеризується додатковим семантичним компонентом, якого немає в жодній з основ» [20, с. 138]. Вибірка дозволила виділити наступні продуктивні моделі:

1) «іменник + іменник»: *das Instandhaltungssystem* – система технічного обслуговування і ремонту; *das Fotohandy* – МТ з вбудованою фотокамерою; *der Handyhersteller* – виробник МТ; *der Handynutzer* – користувач МТ; *die Mobilfunknummer* – номер мобільного телефону; *das Klapphandy* – МТ, що складається (МТ-розкладайка); *der Klingelton* – сигнал вхідного дзвінка/СМС; *die Vibrationsalarm* – вібродзвінок;

2) «основа дієслова + іменник»: *der Abhörmodus* – режим контрольного прослуховування; *der Invertieradapter* – перехідник-з'єднувач (якщо зарядний пристрій не підходить для певного типу розетки); *die Freisprechanlage* – гучномовець; *die Freisprecheinrichtung* – система "вільні руки"; *das Bedieneinheit* – блок управління для через який можна керувати МТ;

3) «іменник + іменник + іменник»: *der Fingerabdrucksensor* – датчик відбитку пальця; *der Stromsparmmodus* – режим економії енергії; *das Sprachdialogsystem* – систему голосового діалогу;

4) «іменник + прикметник + іменник»: *die Handykurzwahl* – скорочений набір номера з мобільного телефону;

5) «іменник + прикметник» **handyfrei** – заборона використання мобільних телефонів.

За результатами дослідження, деривація також відіграла важливу роль у процесі творення неологізмів. Розподіл за допомогою афіксів (особливо використовуючи префікси та суфікси) також є важливим способом. Прикладами є: **abbrechen** – виконувати аварійне завершення; **abfragbar** – з можливістю виклику; **abstürzen** – загличити; **anrufen** – робити виклик.

Хотілося б зазначити, що компоненти неологізмів, утворених за допомогою єднальної фуґи -s- представлені в більшості випадків німецькими словами або «онімеченою» лексикою, наприклад: *der Einzelverbindungsnachweis* – деталізація телефонних дзвінків (рахунків за тел); *der Kommunikationsanbieter* – провідний оператор зв'язку; *die Vibrationsalarm* – вібродзвінок та ін.

З огляду на класифікацію, запропоновану С.В. Гриньовим, який виділяє префіксацію, суфіксацію та префіксально-суфіксальні утворення [12, с. 128] в якості головних способів морфологічного творення нових слів в сфері телекомунікації домінує префіксальний спосіб новоутворень. Префіксація є найбільш властивою для утворення нових дієслів: *abstürzen*, *entsperren*, *durchgeben*, *herumspinnen*. До продуктивних префіксів слід віднести: **ab-**,

durch-, herum-. Суфіксація представлена невеликою кількістю новотворів і більше притаманна іменникам: *die Buchung, die Chatterin, die Aktualisierung*. Неологізми, які утворенні префіксально-суфіксальним способом не є характерними для сфери технологій мобільного зв'язку.

Оскільки в німецькій мові надається перевага словоскладанню, то складені новотвори не відіграють такої ролі як в англійській та складають 13% вибірки: *abgehende Verbindung* – *вихідний дзвінок*; *Handy trägt* – *телефон повільно працює*. Переважна більшість складених неологізмів представлена двокомпонентними словосполученнями «прикметник + іменник»: *angepasstes Setup* – *вибіркова установка*; *ankommender Anruf* – *вхідний дзвінок*.

Скорочення є ефективним способом мовної економії (*das Fon* – *телефонний номер*). Як тільки закріплюється їхнє використання, вони можуть бути розглянуті як неологізми (*das App* – *мобільний додаток*; *der A-Teilnehmer* – *абонент, що викликає*; *die Ein-Aus* – *кнопка увімкнення-вимкнення*; *das M-Commerce* – *електронна торгівля, з використанням мобільного пристрою з доступом WAP*). Закон мовної економії – прагнення мовця зменшити мовленнєві зусилля як одна з причин мовних змін. Тенденція до мовної економії пов'язана насамперед зі збільшенням кількості інформації й прискоренням життєвого ритму, з одного боку, та з прагненням звести до мінімуму розумову та фізичну діяльність мовця, з іншого боку. Можна стверджувати, що процес утворення скорочень у сучасній німецькій мові досить активний, і кількість їх постійно зростає [30].

Абревіація також підпадає під закон мовної економії, про що свідчать лексеми *das NFC* – *лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів*; *das UMTS-Handy* – *MT з Універсальною Мобільною Телекомунікаційною Системою, що слугує для підключ 3G*.

Зрощення, як не менш продуктивний спосіб словотвору прагне до мовної економії, що призводить до появи нових, що вже здаються нам

знайомими судячи з написання, лексем, про значення яких ми здогадуємося виходячи зі значення кожного окремого елемента: *der Blogser* – зрощення зі слів «*das Blog*» + «*der Leser*»– *читач блогів*; *der Swaggenaut* – *той, кого вважають модним, спортивним, привабливим, розумним, і з мільйоном підписників у Instagram*. З англійської *Swagger* — «шикарний», та *der Astronaut* як би натякає на крутизну космічного походження. *Der Googleschreiber* – цей неологізм відсилає до старої доброї кулькової ручки (*Kugelschreiber*). Ним позначають людину, котра в *Google* задає *URL-адресу* замість пошукового слова марно витрачаючи дорогоцінний час, котрий можна було б витратити на *Facebook* чи *Instagram*.

Ще один спосіб, на який слід звернути увагу, – це утворення неологізмів з додаванням або від інших частин мови. Така одиниця є білінгвальною. Найчисельнішими є англійські лексеми, що інтегрувалися у мові залишивши свою первісну форму, або ввійшли у склад німецькомовної лексеми. Вони ще мають назву *Дэнглиш* – слова, сформовані під впливом англійської на німецьку мову. Слід відмітити, що найчастіше утворення відбувається від основ іменників, наприклад: *die Frontkamera* – *фронтальна(передня) камера*; *das Handyfoto* – *фото зроблене МТ*; *der Invertieradapter* – *перехідник-з'єднувач (якщо зарядний пристрій не підходить для певного типу розетки)*; *die Pushnachrichten* – *короткі інформативні повідомлення*; *das Sprachdialogsystem* – *систему голосового діалогу*. Досить часто основою виступає запозичена лексема, до якої додається характерний для дієслів німецької мови суфікс *-en*, наприклад *facebooken* – *використовувати соціальну мережу Facebook®*, *бути активною в ній*. Також трапляються складені запозичені основи, до яких додається суфікс *-en*: *downloaden* – *завантажувати*.

Отже, в німецькій домінує словоскладання та афіксація, Скорочення та словосполучення є менш характерними видами словотвору. Складені новоутворення зберігає свою здатність продукувати нові слова в сфері мобільного зв'язку в німецькій мові.

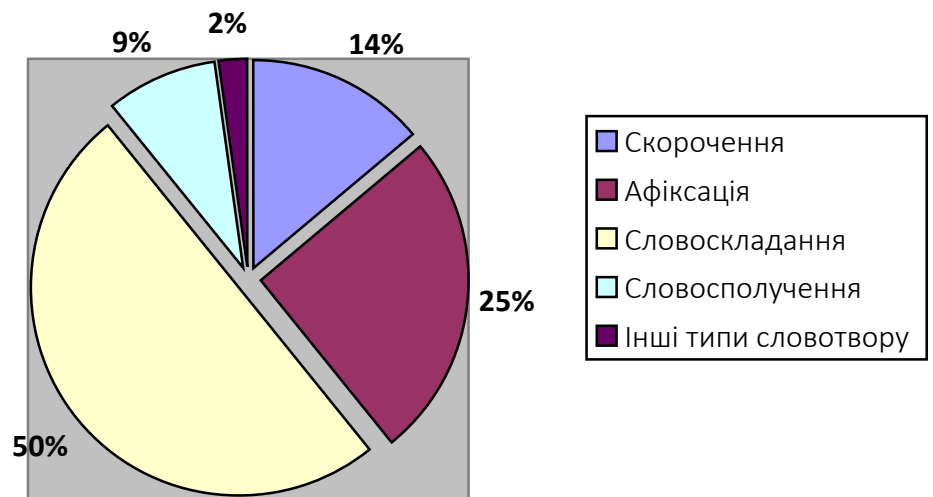


Рис.2.2. Відсоткове співвідношення частоти використання словотворчих моделей неологізмів в сфері мобільної комунікації.

Таким чином, з одного боку, останнім часом в мові спостерігається використання чисельних способів утворення нової лексики (афіксація, словоскладання, змішування, абревіація, конверсія, скорочення), що відображають словотвірні та семантичні процеси, що відбуваються в обох мовах в даний період. Левову долю серед частин мови складають іменники, оскільки неологія прагне до надання назв предметам дійсності. Найбільш характерними способами утворення неологізмів у сучасній англійській та німецькій мовах є словоскладання та афіксація, але на відміну від англійської, домінуючою моделлю творення неологічної лексики німецької мови є саме словоскладання, і якщо серед англійських лексичних одиниць домінуючою більшістю виступають неологізми-словосполучення, то глосарій німецької мови своєю переважаючою більшістю складається з неологізмів-слів. Зазначимо також, що необхідність в неологізмах – це природний процес, який зачіпає практично всі мови, тому їх роль значно зростає.

2.2. Лексико-семантичні групи новоутворень

Кожна епоха залишає у мовах свої відбитки: приносить нові слова, забирає старі, які вийшли з вжитку. Англійська та німецька мови не є винятком. Науково-технічна революція, розвиток засобів масової комунікації, стрімкий розвиток життя призвели до появи на світ величезної кількості нових слів з різних сфер людської діяльності та їх значень.

Багато нових лексичних одиниць з'явилося в зв'язку з розвитком технологій мобільного зв'язку. Наразі нам невідомі наукові розвідки сучасних мовознавців, присвячені класифікаціям неологізмів цієї галузі, тому пропонуємо власну.

За нашим спостереженням, усі досліджувані неологізми можна розділити за такими лексико-семантичними групами: пристрої та їх типи; явища, пов'язані з гаджетами; людина як користувач пристроїв комунікації; служби, що можна замовити по телефону; програми та додатки; феномени; процеси, які можна виконувати за допомогою пристроїв; комплектуючі та запчастини мобільних телефонів (далі МТ); «соц-мережа» як явище мобільної комунікації; додаткові гаджети та аксесуари для поліпшення роботи з МТ.

Якщо під час дослідження англомовних лексем в окрему групу ми виділили лексеми на позначення часових проміжків, що виділяються для виконання завдання, фізичні, психологічні та ментальні проблеми, що виникають як наслідок надлишкового користування МТ, також відзначили дві додаткові підгрупи у кожній з яких текст або фотографія виступають як спосіб самовираження. Німецький глосарій відзначився великою кількістю лексем, де головним об'єктом є дзвінок як спосіб передачі даних. Розглянемо кожен з груп докладніше.

Першою групою є назви пристроїв та їх типів. Англомовними лексемами цієї групи є: *Cameraphone* – камерофон (мобільний телефон, який має вбудовану цифрову фотовідеокамеру); *Phablet* – смартфон, екран якого

більший, ніж у телефона, але менший від планшетного комп'ютера; **Smart Eye** – невеликий чохол-дивайс, здатним перетворити iPhone в Android, доповнює «яблучний» пристрій як окремий смартфоном; **Smartphone** – мобільний телефон, який включає в себе багато тих же функцій, що і персональний комп'ютер; **Yell phone** – телефон, в який людина говорить дуже голосно. Німецькими неологізмами цієї групи представлені: **der Ackerschnacker** – мобілка (мол.жаргон); **das Blinden-Smartphone** – сліпий смартфон – смартфон для незрячих людей; **das Dual-Band-Handy** – дводіапазонний МТ; **der Fernsprecher** – телефон з екраном великої діагоналі; **das Fingertiphandy** – сенсорний мобільний телефон; **das Flaggschiff** – флагман/ нова модель, яка тільки виходить на ринок; **das Fotohandy** – МТ з вбудованою фотокамерою/ фототелефон; **die Gurke** – мобілка/ трубка (жарг.); **das Klapphandy** – грейферний МТ мобільний телефон формфактору "розкладачка"; **das Natel** – мобільний телефон (в Швейцарії); **der Rollsitze / Schieber** – слайдер; **das Seniorenhandy** – мобільний телефон для похилих людей. Ця група є базовою, адже саме з лексем даної групи формується сама тема вцілому, інспіруючи словотворення наступних тематичних груп. Так кожен пристрій, його можливості та відмінність за формою, функціональними можливостями та способом використання, спонукають поповнюватись лексику різними чинниками, пов'язаними з цими об'єктами дослідження.

Розвиток високотехнічних апаратів спричинив появу явищ та процесів, пов'язаних з цими пристроями. Взаємозв'язок так спілкування людей за допомогою пристроїв сприяло виникненню так званих «баз» та «просторів» для спілкування. Отже, наступною семантичною групою неологізмів є назви явищ, пов'язаних з гаджетами. У англійській мові такими є: **back** – повідомлення, що приходять по підписці, які не належать до особистого листування або спаму, але у користувача немає бажання або часу їх читати; **black-hole resort** – місце, в якому блокуються всі вхідні і вихідні Інтернет-сигнали; **butler lie** – брехня з метою ввічливого припинення листування по

електронній пошті і / в месенджерах або в телефонній розмові; **inserting pause** – ввідана пауза, назва перших секунд розмови коли ти ще не розумієш взяла людина трубку чи ні; **Ghost call** – безсловесний телефонний дзвінок, отриманий від людини, яка випадково набрала або вибрала номер на своєму мобільному телефоні; **glow cone** – пучок світла, який світить з єдиного джерела освітлення, такого як екран пристрою; **nasty effect** – поляризація думок з твєї чи іншої теми, яка виникає під впливом негативних коментарів; **purse dial** – ненавмисно зроблений дзвінок, випадково шт обхнувши, вдаривши або натиснувши на мобільний телефон в гаманці або сумці. В німецькій мові вирізняють наступні явища: **der Abfall** – відключення пристрою через ушкодження; **die Buchungen** – через МТ повідомляти роботодавцю про своє проведення часу на роботі, про хід виконання робіт/виконані операції; **das Emoticon** – смайлик/символ якої-небудь емоції; **das (der) Icon** – інформаційний графічний символ програми на екрані мобільного телефону; **der Kommi** – популярне скорочення від німецького *Kommentar*.

Людина, яка користується всіма перевагами нових технологій, явно, або опосередковано, приймає участь у процесах новотворень у лексичі. Назви людей, що користуються пристроями комунікації або є учасниками спілкування, складають окрему семантичну групу: **Catfish** – людина, яка спеціально створює акаунти неіснуючих людей в соціальних мережах; **Datasexual** – датасексуал (цифровий еквівалент слова *metrosexual*, коли людина не тільки дуже сильно слідкує за собою, але й постійно викладає всі ці моменти свого життя у соціальних мережах); **diarrheaist** – людина, яка розміщує занадто багато особистої інформації в соціальних мережах; **Hyperconnected** – людина, яка занадто часто використовує різні пристрої для доступу в Інтернет; **Mobile Statue** – людина, що різко завмерла в середині людського руху (потoku), вулиці тощо, читаючи чи пишучи текстові повідомлення, перевіряючи електронну пошту; **phoneslinger** – людина, яка дуже швидко користується своїм телефоном і друкує текстові повідомлення; **pity friend** – в соціальній мережі, користувач, чия заявка в

друзі ви приймаєте з жалості; **screenager** - підліток від 12 до 18 років, весь час знаходиться онлайн; **sharent** – один з батьків, який ділиться в мережі занадто великою кількістю інформації про своїх дітей; **success theater** – той, хто робить публікації для того, щоб інші користувачі вважали його більш успішним, ніж насправді; **phoneur** – людина, особливо пішоход, який взаємодіє зі світом тільки посередством мобільного телефону; **troll farm** – «ферма тролей» (організація, члени якої навмисно намагаються створити конфлікт в онлайн-суспільстві публікуючи провокаційні коментарі); **twintern** – інтерн, найнятий для моніторингу та публікації повідомлень від імені компанії в соціальних мережах. Щодо німецької мови, то тут також присутня певна кількість даних лексем, які включають людину як окремий елемент, так і глобальне ціле: **der Affe** – людина, що невміло поводить себе з пристроєм; **Der Blogser** – читач блогів; **die Chatterin** – учасниця чату; **der Handyner** – власник мобільного телефону (зловживає його використанням); **der Kommunikationsanbieter** – провідний оператор зв'язку; **der Mobilfunkkunde** – абонент мобільного зв'язку; **das Smombie** – смартфонозомбі; **der Swaggernaut** – той, кого вважають модним, спортивним, привабливим, розумним, і з мільйоном підписників у Instagram; **die Quasselstrippe** – базікало.

З цієї групи виділяється підгрупа неологізмів, що містять у собі соматичні лексеми (назви частин тіла) і лексеми-назви органів людини: **digi-necker** – водій, який уповільнює автомобіль, проїжджаючи повз аварію, щоб зняти сцену на мобільний телефон; **iFinger** – палець, який залишають чистим для того, щоб можна було продовжувати користуватися смартфоном, не забруднюючи його; **mobile mouth** – людина, яка веде телефонну розмову у громадських місцях гучним голосом; **thumbstopper** – той, хто змушує людину припинити перегортати публікації, зокрема при використанні великого пальця для скролінгу на пристрої з сенсорним екраном та **das Herzhandy** – передача даних ЕКГ з телефона на носій інформації.

Усе розмаїття мобільних пристроїв, їх вплив на людину та взаємозв'язок одне з одним, не міг не вплинути на життя людей (користувачів) в цілому. Часом виникають проблеми через тісну взаємодію людини та пристроїв, які навіть можуть зашкодити. Назви фізичних, психологічних та ментальних проблем, що виникають унаслідок надлишкового користування мобільними пристроями, складають окрему групу англійських неологізмів. Приклади лексем, які позначають фізичні проблеми: *Facebook facelift* – пластична операція, яка проводиться для того, щоб людина виглядала привабливіше на фото в соціальних мережах; *phone foot* – «портативна нога», стан, коли ваша нога німіє, коли ви стоїте/сидите, із захопленням переглядаючи інформацію в телефоні; *Smartphone dead leg* – втрата чутливості в ногах через тривале використання смартфона, сидячи, зокрема, в туалеті; *phone neck* – біль у шиї, викликаний притискуванням телефону плечем до вуха протягом тривалого часу. Прикладами неологічних лексем позначення психологічних та ментальних проблем, що виникають унаслідок надлишкового користування гаджетами є: *digital amnesia* – цифрова амнезія; *iPhone Blindness* – гострий стан людини, при якому вона нездатна згадати, чому він чи вона розблокувала свій iPhone, навіть коли це було зроблено одну-дві секунди раніше; *social bankruptcy* – стан потрясіння соціальною мережею, що приводить до єдиновірному рішенням - видалення всіх своїх акаунтів; *text message injury* – травми від стресу, викликані надмірним використанням великого пальця, яким друкуються текстові повідомлення в мобільному телефоні; *virtual mobbing* – віртуальний моббінг (цькування, цілеспрямоване переслідування або несправедливе ставлення до працівника з боку колег або начальства).

У цій групі можна виділити дві додаткові підгрупи. До першої входять лексеми на позначення одержимостей: *Appoholic* – людина, що схильна до завантаження додатків, в основному їй непотрібних; *digital hangover* – цифрове похмілля; *tekky (techno-freak)* – людина, одержима технічними

нововведеннями; **vamping** - довгий неспання в ночі через тривале спілкування в чатах і соціальних мережах. До другої належать лексеми на позначення фобій: **nomophobia** – страх залишитися без мобільного телефону або без сигналу стільникового зв'язку; **phantom vibration** – фантомна вібрація; **Phoneaphobia** – страх, коли хтось інший торкається телефону і може забруднити його; страх заразитися мікробами; **Ringxiety** – збентеження, в яке призводить групу людей мобільний телефон, що не зрозуміло кому належить.

Технічний прогрес у мобільних технологіях сягнув такого рівня, що у багатьох випадках не просто впливає на людину та її поведінку в соціумі, а й надає можливість поліпшити життя. Зараз багато послуг можна замовити за допомогою телефону і це явище знайшло відображення на мовному рівні й «вилилось» у появу наступних неологізмів. Окремою групою виділяємо назви служб, що можна замовити по телефону, такі як **Activation Fee** -- плата за підключення абонента до мережі зв'язку / акції, стягується тільки один раз. Застосовується в основному при роботі телефону за кордоном; **Cell Broadcast** -- функція мережі GSM, яка дозволяє оператору передавати інформацію, яка може бути відображена на дисплеї телефону (наприклад, новини, погода, ситуація на дорогах і т.п.); **dial-a (dialphone)** – служба, яку можна замовити по телефону; **dial-a-meal** – замовити їжу по телефону; **pay-as-you-app** – модель оплати за допомогою мобільного телефону, коли користувачі купують доступ до даних для заздалегідь визначеного набору додатків; **ride-hailing service** – автомобільний сервіс на вимогу, для організації поїздки; **telephone triage** – медична консультація по телефону. Німецька мова також поповнилася лексемами цієї групи: **der Abhörmodus** – режим контрольного прослуховування; **der Anrufbeantworter** – телефонний автовідповідач; **die Simse** - в усному вимові часто вживають замість **die SMS**, повідомлення по-німецьки.

Схожий вплив на утворення нових слів має ще одна велика група, така як програми та додатки. Так само як і у випадку з попередньою групою,

спостерігається бажання спростити користування пристроєм для людини, або взагалі розширити можливості як гаджета так і деякою мірою людини, яка ним користується. Що стосується англійської мови, то тут трапляються поодинокі випадки лексем, що позначають програми, які полегшують та покращують роботу пристроїв мобільного зв'язку: **Animoji** - анімовані емодзі у вигляді звірів; **Emoji** – Емоджі (програма, мова ідеограм і смайликів); **Face ID** – розпізнавання користувача по обличчю (метод аутентифікації, стандарт безпеки, в основі якого лежить створення структурної карти особи за допомогою інноваційної системи камер TrueDepth і передових технологій); **In-app** – рекламний інвентар в мобільних додатках; **Memoji** – Мемодзі (розважальний додаток від компанії Apple, коли користувачі iPhone можуть робити «мемодзі» зі своїм обличчям, а також змусити його рухатися відповідно своїй емоції); **mobisode** - коротка програма, яка оптимізована для переглядів на невеликому екрані мобільного телефону; **QWERTY** – клавіатура, букви на якій розташовані в тому ж порядку, що і на звичайній комп'ютерній клавіатурі; **SoLoMo** – додаток для смартфона, що містить не тільки соціальні мережі, але і відомості про місце положення; **Splash screen** – стартова заставка додатка коли відбувається завантаження даних, і яка по закінченню завантаження приховується; **Widget** – віджет (допоміж на міні-програма або елемент веб-ст орінки, служба для швидкого отримання інформації або вирішення окремих завдань). Кількість німецьких лексем цієї групи значно переважає англійські аналоги: **die Ajourhaltung** – оновлення на МТ; **das App** – мобільний додаток; **die Freisprecheinrichtung** – система "вільні руки"; **der Bildschirmschoner** – програма захисту; **das Handy-TV** – мобільний телевізор; **die Hybrid-Technologie** – гібридна технологія (під`єднує інтернет-технології через мобільний пристрій до ще більш потужного Інтернет-з'єднання вашого будинку); **die Komfortfunktion** – приємна або цікава додаткова функція для використання; **die Konfiguration** – конфігурація; **der Mailer** – програма доставки електронної пошти адресату; **das Sprachdialogsystem** – систему

голосового діалогу; **die Suchmaschine** – пошукова програма; **die Telefon-Sprachbedienung** – телефонний голосовий контроль; **Virtic** – програмне забезпечення, де інженери, техніки та монтажники записують свої робочі години на своєму мобільному телефоні або смартфоні (дані, передані в Інтернеті, автоматично додаються до статей витрат і використовуються для онлайн-ових годинних нотаток, рахунків робочого часу, звітів про витрати на дорожній рух.).

Розвиваючись, мобільні технології та самі пристрої більше і більше впливають на життя користувачів, що породжує появу феноменів, які мають позитивний чи негативний вплив. Одну з найчисленніших груп неологізмів складають лексеми, що позначають феномени, які виникли у цій сфері, які є амбівалентними: **attention theft** – нав'язливе повернення уваги користувача за допомогою небажаного контенту (тексту, звуків, зображень); **cell phone salute** – коли хтось намагається відправити або отримати SMS з телефону з поганим зв'язком, підкинувши свій телефон в повітря, думаючи, що так зв'язок покращиться; **cramming** – додавання несподіваних коштів на рахунок мобільного телефону; **cruncha cruncha** – кумедна фраза, спроба підбадьорити пристрій, що «завис» на деякий час; **digital diet** – цифрова дієта; **number exhaust** – відсутність вільних номерів у телефонній системі; **off to the side** – феномен «в інший бік» коли людина говорить з кимось осторонь все ще знаходячись у процесі розмови по телефону; **percentage advantage** – вирішальний фактор того, хто перший отримає автомобільний зарядний пристрій телефону (людина з нижчим зарядом батареї завжди отримує порт зарядки першою); **Phone-yawn** – феномен, коли одна людина дістає телефон і дивиться на екран, в результаті чого люди навколо неї роблять те ж саме; **slactivism** – слактивізм (повільна активність людини, коли потрібно підписати якесь звернення в інтернеті); **twimmolation** – руйнування кар'єри людини або репутації, викликане його непристойними або образливими публікаціями в Твіттері. Німецький словник не поповнився такою ж великою кількістю феноменів мобільної індустрії: **die Akku-Laufzeit**

– ємність акумулятора; **ausgewert** – розряджений; **der Avatar** – віртуальна фігура, яка представляє учасника чату; **die Erst-Inbetriebnahme** – початковий запуск (коли користувач перший раз запускає МТ, який тільки що дістали з упаковки); **die Akku-Laufzeit** – ємність акумулятора; **Handy träge** – телефон „гальмує” (повільно працює); **Jein** – феномен, коли людина не впевнена що відповісти під час спілкування у месенджері; **der Rückrufreflex** – рефлекс повторного виклику (перенабор номера абонента); **das Sozialtot** – життя без соціальних мереж рівнозначне смерті; **der Stromsparmmodus** – режим економії енергії.

У побудові та появі нових слів відіграють роль не тільки можливості телефонів та їх програми, а й різні процеси, що відбуваються у пристрої. Вони також стали «відбитком» у лексиці обох мов. Наступною є група лексем на позначення процесів, які можна виконувати за допомогою гаджетів: **catfishing** – майстерна підробка профілю в соціальній мережі для того, щоб завести з ким-небудь романтичні відносини; **chatterboxing** – перегляд телевізійного шоу і одночасне обговорення цього ж шоу з іншими людьми в мережі; **clique stalking** – потайки дізнаватися про друзів і зв'язки людини в соціальних мережах; **Dumbwalking** – йти по вулиці, уткнувшись в телефон; **Freaking** – на сленгу хакерів, взлом телефонів і все, що з цим пов'язано; **hashtagification** – процес перетворення слова або фрази в хештег; **illegal scrolling** – процес вручення вам телефону іншою особою, щоб показати вам фотографію або текст, і проведення вашим пальцем вліво/вправо або вгору/вниз без дозволу; **mobile slap** – удар мобільним телефоном по кому-небудь; **mobility** – досягнення чогось за допомогою мобільного телефону; **multitap entry** – введення символу багатократним натисканням кнопки; **Phone-bagging** – приховування процесу використання мобільного телефону, користуючись ним у сумці, рюкзаку тощо; **Photobomb** – зробити звичайне фото на мобільний, який був зруйнований/зіпсований тим, хто не хотів бути на фотографії; **Phubbing** – фаббінг (звичка відволікатися на мобільні пристрої замість підтримування розмови зі

співрозмовником); **Pitch-to-zoom** –проводити двома пальцями по екрану, для збільшення або зменшення масштабу компонентів на екрані; **self-interrupt** – переривати роботу, щоб перевірити соціальні мережі або виконати задачу, що не відноситься до роботи; **sexting** – секстинг (відправлення текстових повідомлень сексуального змісту); **simsen** – листуватися (або жаргонне «чатитись»); **swype** – ковзати по екрану, рух вправо або вліво по екрану, без відриву пальця до завершення жесту; **to mistext** – відправити повідомлення помилково іншій людині; **zucker** - сформулювати або надати налаштування приватності таким чином, що вони підривають приватність користувача. В порівнянні з іншими групами, тут можна відмітити рівнозначність кількості таких лексем у обох мовах: **abbrechen** – виконувати аварійне завершення; **ablaufinvariant** – повторно використаний / беушний; **abstürzen** – глючити; **auseinanderbauen** – розбирати на окремі частини під час ремонту; **downloaden** – завантажувати; **die "Ein"-Bewegung** – операція включення; **entsperren** – розблокувати МТ; **facebooken** – використовувати соціальну мережу Facebook®, бути активною в ній; **hakeln** – зависати; **herumtippen** – утримувати палець на клавіші деякий час; **lahmen** – підвисати; **das NFC** – лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів; **stocken** – зависати; **das Pushoalk** – натиснути, щоб говорити (новий спосіб комунікації по телефону, можливість передавати інформацію одразу декільком людям.

На окрему увагу заслуговує англійський неологізм **phone phishing** – використання телефонних дзвінків, щоб отримати особисті та фінансові дані, пароль або персональні данні. Слово **phishing** свідомо пишеться через **ph** на початку, на відміну від загальномовної лексеми **fishing**, що позначає процес лову риби. Таким чином підкреслюється негативна конотація процесу «виуджування» інформації з людини у процесі розмови по телефону.

Мережева активність стає новою формою комунікації. Оскільки соціальні медіа - явище відносно нове, воно принесло багато нових об'єктів

та явищ, що спровокувало процес номінації. Переважна більшість елементів цієї сучасної культури прийшли до нас із англomовного світу, тож «соцмережа» як явище мобільної комунікації складає значну по розмірах групу: **sharebait** – публікація в соціальній мережі з текстом, зображеннями або відео, створена, щоб спонукати читача поділитися записом; **word of post** – плітки і новини, поширювані за допомогою онлайн публікацій, зокрема, через соціальні мережі та блоги. Німецькомовні країни не відстають за рівнем популярності соцмереж, про що свідчать наступні неолексеми: **Die Twitteratur** – використання письменниками мікроблогів, що розважають в твіттері своїх шанувальників; **die Tweeple** – твітери, люди, які для спілкування використовують систему мініблогів Twitter.

Оскільки соціальні мережі складаються з великої кількості різних елементів, основними є текст та фотографія. Тому нами було виділено 2 основні підгрупи. Перша включає лексеми, що акцентують увагу на тексті, як способі самовираження: **Emoticon** – значок, що використовується в текстових повідомленнях для передачі настрою, «смайл»; **diss tweet** – нешаноблива або образлива публікація в Твіттері; **hashtag** – хештег; **hashtag activism** – хештег активізм; **hashtag-friendly** – короткі слова, що запам'ятовуються, щоб використовуватися в якості хештега в Твіттері або Інстаграм; **hyper-documentation** – постійний і детальний запис всіх подій свого життя, зокрема, коли він ведеться в соціальних мережах; **Shoclog** – Шоклог (блог, який ведеться з розрахунком шокувати читачів); **underbrag** – самокритичний коментар чи розповідь, який насправді є хвалькуватим, так як користувач показує себе досить впевненими, щоб визнати свою невдачу або збентеження.

Ще однією, не дуже значною за чисельністю новоутворень, є група, що охоплює розповсюджені для нашого часу процеси. Дуже привабливим на сьогоднішній день є процес фотографування самого себе та оточення, що складає підгрупу під назвою світлина, як спосіб самовираження. Такі автопортретні фото мають назву Selfie. Процес фотографування має назву

gram – зробити фотографію за допомогою *Instagram*. Ви можете зазвичай бачити руку людини, що є невід’ємною для такого фото, а процес тримання це **extreme phone pinching** – тримання мобільного телефону між великим і вказівним пальцями в висячому положенні над небезпечним місцем при знятті селфі. Тепер її замінює такий пристрій як **selfie stick** – селфі-палиця, створена спеціально для фотографій селфі. Інші неологізми цієї групи, основу яких складає лексема *selfie*: **brofie** – селфі з друзями-чоловіками;

Drelfie – селфи підшофе (тобто "ничні селфи"); **shelfie** – фотографія, на якій зображені книги, за якими про тебе складається певна думка, **usie** – групова фотографія, зроблена одним з членів компанії; **Welfie** – знімок власного підтягнутого тіла в модному спортивному костюмі на тлі тренажерного залу.

Окремо в англійському глосарію можна виділити групу слів, що позначають часові проміжки, які виділяються для виконання завдання: **attention minute** – хвилинка уваги користувача, зокрема, застосовується для вимірювання залученості при використанні веб або іншого контенту; **digital detox** – час, який людина присвячує реальному світу, намагається не користуватися гаджетами; **Textpectation** – той самий момент, коли ми комусь написали повідомлення і з нетерпінням чекаємо відповіді, нервово поглядаючи на екран мобільника; **twenty four hour ice** – розлюченість на співрозмовника, яке призводить до того, що ви не спілкуєтеся з ними протягом 24 годин.

Не стає й винятком тематика словесних новоутворень у мобільних технологіях. Адже комплектуючі та запчастини мобільних телефонів завжди знаходяться в обіході та потребі користувачів, а отже власне й нові слова, які з ними пов’язані, завжди будуть значними внеском у мові кожного народу. Як вже було зазначено на початку, то під час дослідження обох мов наш словник поповнився багатьма лексемами, що були нами віднесені до окремої групи – комплектуючі та запчастини МТ: **AMOLED** (*Active Matrix Organic Light-Emitting Diode*) – активна матриця на органічних світлодіодах

(технологія застосування світлодіодів, які підсвічуються самостійно) розробка компанії Samsung; **couple** – два екрани (наявність додаткового екрану у мобільного телефону, як правило, має телефон-розкладачка); **fingerprint scanner** – сканер відбитка пальця, тактильний модуль; **flex (flexible flat cable)** – шлейф; **G-Sensor** – акселерометр (датчик, що реагує на зміну положення пристрою в просторі); **Monoblock (display module)** – Дисплейний модуль (дисплей телефону і сенсор як одна нероздільна деталь); **STN (super twisted nematic)** – рідкокристалічний дисплей з пасивною матрицею. Щодо німецької, то тут кількість таких лексем не менша: **die "Ein-Aus"** – кнопка увімкнення–вимикання; **die Fahrzeugaußenantenne** – антена у автомобілі для прийому сигналів на МТ коли він підключен до адаптеру в машині; **die Frontkamera** – фронтальна(передня) камера; **der Handyakku** – акумулятор МТ; **die Handycam** – ручна відеокамера; **die Handykamera** – вбудована камера МТ; **der Invertieradapter** – перехідник-з'єднувач (якщо зарядний пристрій не підходить для певного типу розетки); **der Farbbildschirm** – екран кольорового дисплея; **das Ladegerät** - зарядний пристрій.

Останні декілька років все більшу популярність набувають речі, що несуть в собі ідею «поліпшення» та розважальний характер. В таке смислове поле були об'єднані англійськомовні лексеми, назви додаткових гаджетів та аксесуарів для поліпшення роботи з МТ: **Beans** – боби (так молоді називає навушники); **Car holder** – автотримач; **Case** – чохол-футляр до телефону; **dronie** – дроні (дрон, спеціально створений, щоб робити селфі); **Hands-free** – пристрій або гарнітура, що дозволяє користуватися телефоном, не тримаючи його в руках; **IRing** – кільце-підставка для телефону; **Monopod** - Монопод (селфі-палиця); **Popsoket** – багатофункціональний аксесуар, декоративний диск, який прикріплюється до плоских поверхонь телефону (або футляра) і служить тримачем і підставкою для телефону; **Power bank** – портативний зарядний пристрій, зовнішній акумулятор; **Selfie ring** – селфі-кільце з вбудованими в нього лампочками-діодами, що служить заміною

впшишки телефону; **Smartograf** – смартограф (об'єктив з матрицею, що пристібається спеціальним кріпленням до смартфона перетворюючи його у фотоапарат); **USB OTG (USB On-the-Go)** – аксесуар, перехідник-адаптер, який дозволяє підключати до вашого смартфона периферійні пристрої, фактично перетворюючи ваш пристрій в комп'ютер. В німецькій мові такими словами є: **die Voicemail** – електронна пластикова картка, що містить мікропроцесор, інтегрована в мобільний телефон; **Fall für Handy** - чохол для мобільного телефону; **Schutzfolien für Mobiltelefone** – захисні плівки для мобільних телефонів; **der Kopfhörerverstärker** – підсилювач для навушників; **das Einbeinstativ für Selfie** – монопод для селфі.

Невелика група слів, пов'язаних з такою тематикою як спосіб передачі даних, тобто дзвінок, є внеском у лексику, адже такі явища як відеодзвінки, являються саме прикладом взаємодії людини і гаджетів. Останньою окремою групою є перелік німецькомовних лексем, що об'єдналися навколо поняття дзвінок і все, що його супроводжує: **abfragbar** – з можливістю виклику; **abgehender Anruf** – вихідний дзвінок; **abgehendes Telefonieren** – вихідний дзвінок; **der Dienstanbieter** – оператор мобільного зв'язку; **der Klingelton** – сигнал вхідного дзвінка/СМС; **kostenbewusst** – економний; **die Pushnachrichten** – короткі інформативні повідомлення; **die Vibrationsalarm** – вібродзвінок; **die Videotelefonie** – відеодзвінки.

Наочно кількісне співвідношення тематичних груп можна представити у вигляді діаграми (Рис.2.3). Неважко помітити, що найчисленнішою є група неологізмів, що позначають людину як користувача МТ, самі процеси користування, проблеми, до яких це призводить та «соцмережу» як центральний елемент життя сучасної людини. Інші елементи мобільної комунікації залишилися в меншості. Це свідчить про те, що телекомунікації все більше и дільше інтегруються у життя людини, та несуть с собою як позитивні, так і негативні наслідки.

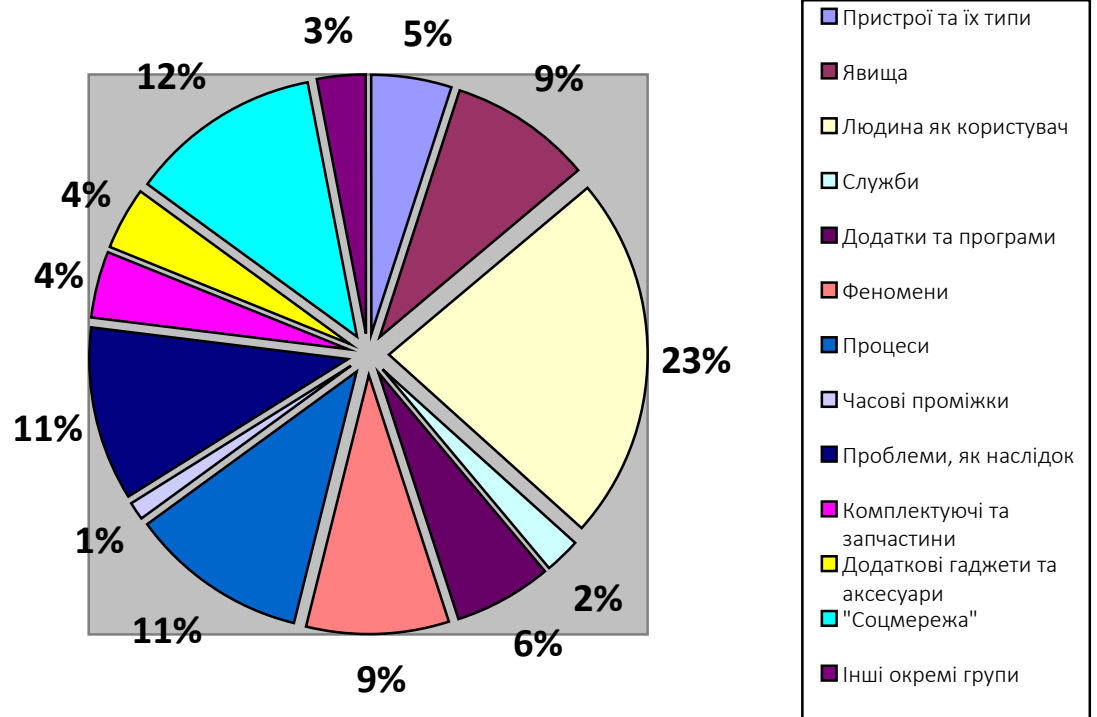


Рис.2.3. Відсоткове співвідношення чисельності тематичних груп неологізмів в сфері мобільної комунікації.

Аналіз неологізмів довів, що поява неологічних утворень відображає природний мовний процес, оскільки стандартного набору слів не вистачає для позначення нових процесів, предметів. Переважну масу цих одиниць очікувано становлять іменники та дієслова, оскільки розширення словника йде головним чином за рахунок імен об'єктів, явищ і процесів. Головна функція неологізму полягає не тільки у найменуванні нового предмету дійсності, а й у необхідності уточнення, або привертання уваги. З іншого боку, формування семантики неологізму служить результатом лінгво-креативної діяльності, пов'язаної з переходом нової одиниці з індивідуального конкретного вживання у використання мовним співтовариством.

РОЗДІЛ 3

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ СФЕРИ ТЕХНОЛОГІЙ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

3.1. Способи перекладу новоутворень

Кількість неологізмів в технічних галузях щоденно зростає, саме тому проблема перекладу та неперекладуваності набуває все більшого значення. У процесі перекладу яскраво проявляються закономірні розбіжності в лексичному складі мови та його граматичній будові. Якщо перекладачі-попередники вже знайшли, або винайшли та внормували переклад певної лексеми і вона увійшла до складу еквівалентної лексики, це спрощує подальшу роботу над перекладом.

В «Словнику термінів міжкультурної комунікації» укладеним Бацевич Ф.С. еквівалентна лексика визначається як та, «значення якої має спільні семантичні компоненти (семи) зі словами (лексемами) рідної мови іншого учасника міжкультурної комунікації, тобто вона легко перекладається іншими мовами і при їх засвоєнні може спостерігатись семантичне перенесення» [69]. Еквівалент є **словниковим відповідником**. За частотністю вони є найменш представленими у нашій роботі: *spyware* – *шпигунська програма для непомітної крадіжки інформації*; *zenware* – *програми, яка допомагає користувачеві сфокусуватися на поточному завданні і уникати відволікаючих чинників*; *der Klingelton* – *сигнал вхідного дзвінка/СМС*; *das Ladegerät* – *зарядний пристрій*; *das Mobilnetz* – *мобільна мережа*.

У перекладацькій практиці, в тих численних випадках, коли відсутній еквівалент перекладу, при передачі неологізмів з англійської / німецької мов на українську використовується ряд прийомів: транслітерація, транскрибування, калькування, описовий переклад тощо. При перекладі іноді буває важко знайти відповідні слова в іншій мові через те, що соціокультурні

та історичні умови життя народу, мовою якого здійснюється переклад, не потребували певного слова. Це стосується, передусім, перекладу неологізмів.

Основними критеріями, які повинні бути прийняті до уваги перекладачем при пошуку відповідності неологізму в українській мові, є однозначність тлумачення та стислість, тому варіант запропонований перекладачем повинен бути в першу чергу зрозумілим. Переклад лексики, яка не має відповідників в мові перекладу, представляє певні труднощі, але практика перекладу виділяє наступні способи передачі безеквівалентної лексики.

Для правильного перекладу необхідно проаналізувати структуру слова і дібрати відповідний аналог у рідній мові. Можливий переклад методом **транскодування**: *device* – девайс, *Playlistism* – плейлицизм, *Phubbing* – Фаббінг, *der Avatar* – аватар; *der Chat* – чат. Ю. Шкуліпа визначає термін «транскодування», як «передачу звукової чи графічної форми слова мови оригіналу за допомогою літер мови перекладу» [57, с. 92]. Транскодування виокремлює транслітерацію та транскрипцію. Транслітерація базується на передачі графічного зображення, а саме на передачі букв (буквенного перекладу слова шляхом заміни букв англійського алфавіту українськими). До цієї підгрупи відносяться: *LOL* – лол; *SoLoMo* – СоЛоМо.

Транскрипція базується на фонетичному принципі, тобто на передачі українськими літерами звуків англійських найменувань (звучання слова), наприклад *catfish* – кэтфшш; *hashtag* – хэштег; *hate-link* – хейт-линк; *shelfie* – шелфи. Здебільшого даний спосіб найчастіше використовується для перекладу власних назв та термінів.

Переклад неологізмів за допомогою **калькування** полягає в заміні складових частин морфем чи слів одиницями оригіналу – їхніми лексичними відповідниками мовою перекладу, водночас зберігається незмінна внутрішня форма лексичної одиниці. [2, с. 76]. Наприклад, слово неологізм *screen sightedness* складається з *screen* та *sightedness*, кожен з яких перекладаються як «екран» та «короткозорість», разом ж утворюють «екранна

короткозорість». Перевага способу калькування полягає у лаконічності та простоті. Отже, калькуванню піддаються лише неологізми складних слів: *digital hangover* – цифрове похмілля; *second screen* – другий екран; *virtual mobbing* – віртуальний мобінг; *digital diet* – цифрова дієта; *die Handydaten* – мобільні дані; *das Handybanking* – мобільний банкінг; *der Handytasche* – футляр для МТ.

В ряді випадків спостерігається комбінація декількох способів перекладу. Наприклад: транслітерація + транскрипція (*phablet* – фаблет; *nomophobia* – номофобія); транслітерація + калькування: (*datasexual* – дат асексуал).

Окремий пласт неологізмів (**неасімільовані**) в сфері мобільної комунікації, які використовуються в українській мові без перекладу, включають в себе: *BYOD (bring your own device)* – «принось свій власний пристрій», дозвіл використувувати на роботі власні мобільні пристрої для вирішення робочих завдань; *Face ID* – розпізнавання користувача по обличчю (метод аутентифікації, стандарт безпеки, в основі якого лежить сканування сканувальної карти особи за допомогою інноваційної системи камер *TrueDepth* і передових технологій); *QWERTY* – клавіатура, букви на якій розташовані в тому ж порядку, що і на звичайній комп'ютерній клавіатурі; *das NFC* – лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів; *das UMTS-Handy* – МТ з Універсальною Мобільною Телекомунікаційною Системою, що слугує для підключення 3G.

Описовий переклад (експлікація) – прийом перекладу безеквівалентної лексики, який полягає в описі засобами іншої мови певного поняття. Наприклад: *cell phone salute* – коли хтось намагається відправити або отримати текстове повідомлення з телефону з поганим зв'язком, підкинувши свій телефон в повітря, думаючи, що так чи інакше зв'язок покращиться; *Cell Broadcast* – функція мережі GSM, яка дозволяє оператору передавати інформацію, яка може бути відображена на дисплеї

телефону (наприклад, новини, погода, ситуація на дорогах і т.п.); *ephemeral sharing* – процес електронної передачі фотографій, файлів і іншого контенту, доступ до перегляду якого одержувач має тільки протягом обмеженого часу; *Facebook facelift* – пластична операція, яка проводиться для того, щоб людина виглядав привабливіше на фото в соціальних мережах; *Instagram Prime Time* – час, протягом якого стрічка Instagram швидко оновлюється, і фотографії миттєво отримують більше лайків); *Mobile moment* – кожен раз, коли ви берете смартфон, щоб знайти відповідь або рішення в Інтернеті в період кризи; *percentage advantage* – вирішальний фактор того, хто перший отримає автомобільний зарядний пристрій телефону (людина з нижчим зарядом батареї завжди отримує порт зарядки першою); *phone amnesia* – стан, який виникає, коли хтось заклопотаний робить виклик, тому, коли одержувач дзвінка бере слухавку, абонент миттєво забуває, кому він дзвонив; *phone anxiety* – коли хтось у досить незручній позі говорить по телефону і, як правило, нервується або забуває, що сказав; *photobomb* – зробити звичайне фото на мобільний, який був зруйнований/зіпсований тим, хто не хотів бути на фотографії; *silent traveler* – мандрівник, який майже не має прямого шляху до пункту призначення у подорожі, планує орієнтуватися, приймати рішення, і знаходити інформацію за допомогою мобільного пристрою; *success theater* – той, хто робить публікації для того, щоб інші користувачі вважали його більш успішним, ніж насправді; *Textpectation* – той самий момент, коли ми комусь написали повідомлення і з нетерпінням чекаємо відповіді, нервово поглядаючи на екран мобільника. Щодо німецької мови, тут їхня кількість не менша: *der E-Diot (elektronischer Idiot)* – користувач-початківець, що ще вникає в усі тонкощі і труднощі гаджету; *Stombie* – "смартфоновомбі" людина, яка постійно дивиться на дисплей телефону або планшета, абсолютно не звертаючи уваги на те, куди йде; *Virtic* – програмне забезпечення, де інженери, техніки та монтажники записують свої робочі години на своєму мобільному телефоні або смартфоні (дані, передані в

Интернеті, автоматично додаються до статей витрат і використовуються для онлайн-ових годинних нотаток, рахунків робочого часу, звітів про витрати на дорожній рух); vom Hersteller generalii berholt – аналог «відновлених виробником» або «manufacturer refurbished» телефонів, таких популярних в США, але не менш затребуваних в Європі. При перекладі за допомогою експлікації виникають труднощі з підбором еквівалентного слова, або тлумачення, тому доводиться розширювати значення лексеми та шукати подібні їй у мові перекладу.

Описовий спосіб здійснюється шляхом пояснення суттєвих елементів неолексеми, що супроводжується тлумаченням слова, залишаючись перекладом. Даний переклад має значний недолік – багатослівність. Наприклад вислів *crossscreen* – *кросскрін* (можливість показувати рекламу конкретного користувача на різних пристроях, які він використовує (ПК, смартфон, планшет)); *datasexual* – *датасексуал* (цифровий еквівалент слова *metrosexual*, коли людина не тільки дуже сильно слідує за собою, але й постійно викладає всі ці моменти свого життя у соц мережі); *die Hybrid-Technologie* – *гібридна технологія* (під`єднує інтернет-технології через мобільний пристрій до ще більш потужного Інтернет-з'єднання вашого будинку). Наведені приклади дають підставу стверджувати, що спосіб описового перекладу є громіздким та незручним, але у випадку з неологізмами є невід'ємним, оскільки неможливо повністю розкрити значення слова без усього цього нагромадження.

Нескладно помітити, що дана група є найчисленнішою. Це є підтвердженням того, що період вкорінення неологізмів в кожному з досліджених мов відрізняється тривалістю. Так, одному неологізму в сфері мобільних комунікацій досить року, щоб виникнути в первинній мові і проникнути в іншу мову, тоді як багато неологізмів не знаходять свого застосування в інших мовах протягом 5 років. Це може бути викликано різними темпами технологічного прогресу, рівнем обізнаності поколінь у

технічних новинках, нерівномірним розвитком економіки країн і рівнем стабільності національної мови.

Останнім часом досить розповсюдженим і популярним став прийом **прямого включення**, котрий представляє собою використання оригінального написання англійського слова в іншомовному тексті. Використання способу прямого включення може бути виправдано в тих випадках, коли неологізм неможливо передати жодним з розглянутих способів перекладу у зв'язку зі специфічністю його звучання або написання: *Apple, iPod, der Sim, das App*. Але часто такий неологізм розуміється й без перекладу.

Частим явищем є використання слів що складаються з двох частин. Перша частина подається англійською мовою, і слово зберігає свою оригінальність, а друга частина – українською мовою (*bluetooth headset – Bluetooth-гарнітура*) [32, с. 167]. Тобто використання оригінального написання англійського чи німецького слова у тексті дає змогу передати сутність явища зі збереженням його денотативного значення.

Неологізми в англійській мові здебільшого утворюються з наявних слів без жодних змін їхнього написання чи вимови. Актуальною тенденцією утворення нових слів в наш час є шляхом скорочення наявних слів та словосполучень (конверсія). Зростання кількості скорочень можна пояснити тим, що як правило складні слова та словосполучення є громіздкими та незручними у використанні, тому існує доцільність передавати їх більш лаконічно. Прикладами таких лексем є: *In-app – рекламний інвентар в мобільних додатках; USB OTG (USB On-the-Go) – аксесуар, перехідник-адаптер, який дозволяє підключати до вашого смартфона периферійні пристрої, фактично перетворюючи ваш пристрій в комп'ютер; die Ein-Aus – кнопка увімкнення–вимикання; das UMTS-Handy – МТ з Універсальною Мобільною Телекомунікаційною Системою, що слугує для підключ 3G*.

Характерним для неологізмів німецької мови є наявність великої кількості запозичень, що становлять 40% від загальної кількості неологізмів

[67, с. 155]. Навіть неологізм *das Handy* – мобільний телефон є похідним від англ. *handy* – зручний для користування, портативний. Значна частина запозичень припадає на англоамериканізми (*das E-Banking* – здійснення банківських операцій за допомогою телефона; *das M-Commerce* – електронна торгівля, з використанням мобільного пристрою з доступом WAP;), запозичення з інших мов поодинокі та, як правило, позначають реалії (*das Natel* – мобільний телефон (в Швейцарії)).

Проаналізувавши неологізми технології мобільного зв'язку обох мов, ми дійшли таких висновків, що при перекладі найчастіше використовуються такі способи перекладу як транскодування (70 лексем), калькування (71 лексема) та описовий переклад (258 лексем), всі інші способи є менш чисельними у використанні. При перекладі більшості неологізмів доцільним також є застосування одразу двох видів перекладу, наприклад, транслітерації та описового перекладу. Співвідношення способів перекладу неологізмів в сфері мобільної комунікації представлено на діаграмі (Рис.2.4). Безумовним лідером стала група безеквівалентних неологізмів перекладених описовим перекладом, які посіли половину від усіх неологізмів. Інші ж групи є меншими за своєю лексичною наповненістю, але вони теж доволі розповсюдженні при перекладі неологічної лексики:

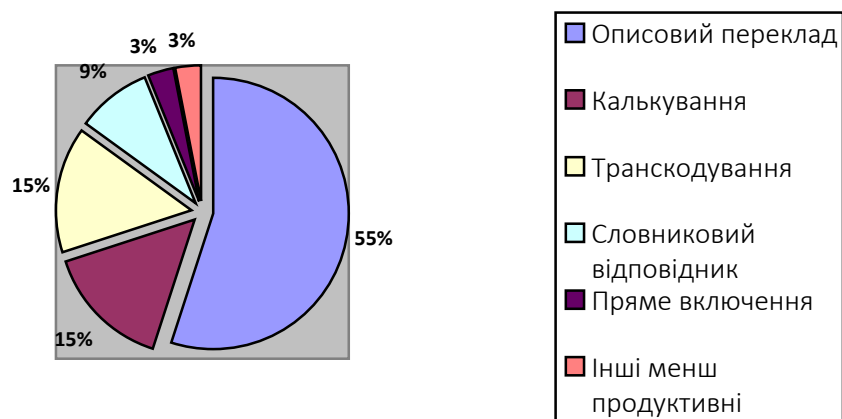


Рис.2.4. Відсоткове співвідношення способів перекладу неологізмів в сфері мобільної комунікації.

Не можна ігнорувати той факт, що всі сучасні новинки у технічній сфері (а саме з ними пов'язані новоутворення, що досліджуються) надходять на Україну англійською мовою, тож фахівці добре знають, їм просто необхідно знати, що означає те чи інше слово англійською. Отже, транслітерованій неологізм буде їм зрозумілим. Інша справа вживання неологізму поза професійною сферою. У цьому разі, безперечно, має бути застосований описовий переклад.

Жоден зі способів передачі іншомовних новоутворень не є досконалим, тому перекладач має вирішувати використання такого типу перекладу, який є доцільним в певному випадку.

3.2. Труднощі перекладу неологізмів та шляхи їх подолання

У контексті перекладу фахових текстів, в більшості випадків, вдаються до заміни та трансформацій. У зв'язку з цим варто визначати межі творчості перекладача. Л. Нелюбін зазначає, що стилістичний аспект перекладу полягає у правильному підборі лексико-граматичних засобів відповідно до загальної функціонально- комунікативної спрямованості оригіналу і з урахуванням існуючих літературних норм мови, на яку здійснюється переклад. Він вказує на важливість передачі стилю оригіналу [39, с. 14]. З лексичної точки зору переклад новотворів базується на основі двох принципів, перший з яких – наявність в мові оригіналу еквівалентів іншомовної лексеми, або наближених по значенню та смислу понять, а другий – коли такі еквіваленти взагалі відсутні і перекладач вимушений шукати способи влучної інтерпретації таких засобами мови на яку здійснюється переклад.

Переклад неологізмів викликає труднощі оскільки вони не закріплені у словниках і, у більшості випадків, «вільно» функціонують у мові-першоджерелі. Правильний переклад вимагає дотримання певного алгоритму: аналізу структури слова і підбору відповідного аналогу у рідній мові. Основні критерії, що повинні бути прийняті до уваги перекладачем при пошуку влучного варіанту передачі іншомовного неологізму українською мовою, є стислість та однозначність, тому варіант перекладу повинен бути адекватним та, і не менш важливим є його розуміння реципієнтом.

Аналіз кількісного складу неологічної лексики довів, що англійська є мовою-джерелом її надходження в мови світу. Про це свідчить наявність неологічних словників, таких як Duden-online [76], Merriam Webster [78], Dictionary of English Neologisms [75] та Word Spy [86], у той час як переклад німецькомовної неологічної лексики ускладнюється відсутністю словників неологізмів. Єдиним джерелом німецькомовної неологічної лексики є словник Duden [76], який регулярно оновлюється поповнюючись 2-3 неолексемами кожного дня, але навіть він не встигає за появою неологізмів в сфері телекомунікації. Тож, для подолання перешкоди «неможливості перекладу» німецькомовної неолексеми як перекладачеві-початківцю, так і перекладачеві-фахівцю треба вдатися до використання білінгвального (двомовного) словника, судячи з того, що переважна більшість неологічних лексем входять у німецьке неополе саме з інших мов: *der Call-Center-Agent* – оператор колл-центру; *das Dual-Band-Handy* – дводіапазоний МТ; *die Konfiguration* – конфігурація.

При перекладі з англійської та німецької мов використовуються перетворення та трансформації. Неологізми в англійській мові здебільшого утворюються з наявних слів без жодних змін їхнього написання чи вимови. Що стосується німецької, тут спостерігається ситуація коли неолексема утворюється з вже наявної, здебільше, англійської лексики, що при переході з одної мови в іншу зберігає свої зміст та форму, але отримує рід. Таке слово є англіцизмом, що вживається у німецькій мові, зберігаючи англійську

вимову, та здебільшого утворення похідних від них не можливе: *das (der) Icon* – графічний символ програми на екрані мобільного телефону; *der Link* – посилання; *der Sim-Lock* – блокування сім карти.

Актуальною тенденцією утворення нових слів в наш час є шляхом скорочення наявних слів та словосполучень (конверсія). Зростання кількості скорочень можна пояснити тим, що як правило складні слова та словосполучення є громіздкими та незручними у використанні, тому існує доцільність передавати їх більш лаконічно: *LOL (laughing out loud)* – лол; *ОТР (on the phone)* – бути на телефоні. Оскільки ця лексика є новою, то перед тим як зробити правильний переклад, їх слід спочатку декодувати, тобто розшифрувати розкривши суть цих понять. Здебільшого, подібні лексеми можна знайти тільки на інтернет-форумах або блогах, що є ще одним джерелом надходження неолексики телекомунікацій. Труднощі, що викликані цими лексемами призводять до такого способу перекладу, як пряме включення, тобто перенос цих понять із лексики однієї мови в іншу з її додатковим описом, або визначенням цього поняття.

Як вже було окреслено, значна кількість труднощів постає перед перекладачем у процесі з'ясування значення нового слова, адже переклад неологізмів, значення яких вже відомо, залежить від того, до якого типу слів належить певний неологізм. Якщо перекладач знає способи утворення неологізмів, йому легше з'ясувати його значення неолексеми і відповідно здійснити адекватний переклад. На вибір способу перекладу неологізму впливає багато факторів, наприклад тип неологізму, сфера його вживання.

Труднощі перекладу неологізмів тісно пов'язані з тим, в якій сфері виникло нове слово. “Якщо пошук перекладацьких відповідників для інтернаціональних концептів, як правило, не становить труднощів, то переклад етноспецифічних реалій потребує додаткових зусиль, пов'язаних передусім з упізнанням реалії і декодуванням її смислу” [54, с. 8].

Безеквівалентная лексика часто асоціюється з терміном реалія. Я. І. Рецкер визначає таку лексику як «позначення реалій, характерних для

країни іноземних мов і чужих іншої мови та іншої дійсності [42, с. 3]. Подібна точка зору відображена в раніше згаданій праці Сергія Влахова і Сидерит Флоріна «Неперекладне в перекладі». Реалія не обов'язково є словом, що обмежене певній культурі. Його значення розширюється, що виводить його на рівень певної тематичної групи. Воно є тим, що нічим замінено бути не може, що при будь-яких умовах має зберегтися в перекладі. Наприклад термін, який був представлений блогером на конференції PodCamp Pittsburgh у 2007 році як розширення спаму. Спам – це лист з інформацією, яку ви не хочете отримувати взагалі. *Васп – повідомлення, що приходять по підписці, які не належать до особистого листування або спаму, але у користувача немає бажання або часу їх читати.* Це інформація, яку ви збираєтеся використати, хоча, можливо, не відразу, наприклад, купони з магазинів, де ви здійснюєте покупки, новини, оновлення додатків, подробиці соціальних мереж, рекламні електронні листи тощо. Це слово є прикладом реалії тематичної групи сфери телекомунікацій.

Універсального способу перекладу не існує. У процесі перекладу не повинно відбуватись перекручення початкової інформації для передачі змісту перекладу неологізму. Особистість перекладача, його фаховий рівень та обізнаність мають значний вплив на переклад в цілому. Основні труднощі перекладу включають адекватну передачу семантичного значення. Перекладач має справу із семантикою слова-оригінала, і переносить її на мовленнєві коди слова-перекладу, враховуючи також позамовні особливості, намагаючись декодувати повідомлення засобами мови перекладу без втрати змісту. Перекладач має подолати «мовний бар'єр» і відтворити зміст без втрати ключового повідомлення. Проте найчастіше перед перекладачем постають проблеми, подолати які вдається вирішити лише освіченим фахівцям, бо мовні елементи та явища однієї мови не знаходять свого вираження або еквівалента в іншій через відсутність об'єкту номінації або явища, що позначають. Одним із кращих варіантів подолання таких труднощів є повна або часткова зміна змісту, чи навіть вдатися до повного

переносу поняття засобами іншої мови. Найбільш влучним є той переклад, що здатен викликати в адресата ті ж самі почуття та асоціації, що й в адресанта.

При відтворенні неологізмів вищепереліченими засобами, перекладач має використовувати всі мовні масиви тієї мови на яку здійснюється переклад. Більшість таких способів перекладу не викликають труднощі (такі як, транслітерація та транскрипція, калькування, прийом включення), однак, при перекладі за допомогою експлікації можуть виникнути труднощі з підбором точного поняття, тому доводиться розширювати або звужувати значення слова, або шукати подібні йому слова у мові перекладу. Перекладач перш за все має спиратися на на здобутий їм досвід.

Проблема перекладу неолексики технологій мобільного зв'язку потребує подальших досліджень. В процесі освоєння знань сфери науки і техніки, оволодіння технікою адекватного перекладу формується певну перекладацька база для подальших досліджень, оскільки вибрана нами тема є актуальною у теорії перекладу через зростання інтересу до нових технологій та налагодження науково-технічних «контактів» з англо- та німецькомовними країнами, та завдяки збільшенню попиту на перекладу в цілому.

Перекладаючи нові слова, різні перекладачі інколи подають різні варіанти перекладу. Така варіативність є неминучою на початковому етапі, коли нове слово перекладається одночасно декількома перекладачами та способами. Однак у ході перекладацької практики в українську мову входить лише один із найбільш доцільних відповідників. Створений та загальноприйнятий варіант перекладу неологізмів і становиться явищем української мови.

Підсумовуючи все вищезгадане можна виділити основні проблеми, що стають на заваді при виконанні перекладу навіть найкваліфікованішому спеціалісту. Оскільки давно відомо, що словники не завжди «устигають» за розвитком сучасної лексики, залишається проблема обмеженості перекладу,

тобто не вся нова інформація фіксується в онлайн словниках, що навіть говорити про паперові видання. Тому перекладач повинен самостійно відшукувати інформацію, а саме тлумачення нової лексеми, на просторах глобальної мережі Інтернет, або використовувати двомовні словники для тлумачення іншомовного для мови перекладу поняття. Наступною проблемою є труднощі в передачі значення слова та умінні донести його до цільової аудиторії. Тут ми маємо справу з недостатньою обізнаністю перекладача у лінгвістичній, перекладацькій сфері, або галузі, з тематики якої здійснюється переклад на іншу мову. Завжди є спосіб передати слово, воно може бути перекладене одним із представлених способів перекладу, або включене в іншу мову зберігаючи свою оригінальну структуру, але з додатковим тлумаченням для спрощення сприйняття неолексеми реципієнтом. Тож всі ці проблеми потребують детальної розробки для подальшого вирішення. Розвідки у цьому напрямку можуть стати основою для побудови алгоритмів та стратегій вирішення цих питань, що у подальшому зможе поліпшити роботу технічних перекладачів.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Тема магістерської дипломної роботи «Особливості неологізмів сфери технологій мобільного зв'язку та їх відтворення українською мовою» передбачає роботу перекладача з інформацією наданою іншою мовою, для відтворення текстів усного та письмового характеру на рідну, або будь-яку з інших відомих йому мов. Робота у сфері перекладу передбачає наявність певного робочого місця, але перекладач-фрилансер має змогу працювати в будь-якому комфортному для виконання своїх обов'язків місці. Приміщення офісу обладнане системою опалення, кондиціонером, зволожувачем повітря, пожежною сигналізацією та переносним вогнегасником. В будь-якому з варіантів робочого місця відсутність комп'ютера, периферійної техніки, шафи для зберігання документів, різноманітного офісного приладдя та спеціальної літератури унеможливорює створення комфортних трудових умов для перекладача.

Таким чином, робоча зона стає осередком небезпеки при неправильній експлуатації робочого місця в цілому. Отже, актуальність пропонованого дослідження зумовлено необхідністю аналізу особливостей проведення рятувальних та інших невідкладних робіт при ліквідації наслідків виробничих аварій і катастроф.

4.1. Аналіз потенційних небезпек

Робота перекладача передбачає розглянуті та проаналізовані нами наступні потенційні небезпеки:

- ураження електричним струмом, у наслідок несправності електорообладнання, яке використовується під час виконання трудових обов'язків, невиконання правил техніки безпеки при користуванні

електричним обладнанням, що може призвести до електротравм різного ступеню або навіть до летального наслідку;

- механічне травмування в наслідок не раціонального розташування робочих місць;

- нервово-психічні навантаження, через специфічність роботи працівників економіко-гуманітарної сфери, яка передбачає постійний контакт з клієнтами, колегами по роботі, керівництвом, контрагентами при вирішенні робочих питань (деякі з них можуть бути конфліктними, суперечливими). Подібний характер роботи може викликати емоційний дискомфорт, внутрішнє роздратування та емоційну нестабільність під час короткотривалих певних негативних ситуацій, що може призвести до захворювань нервової системи, зниження насаги на працю та стресових станів;

- кістково-м'язові порушення, у зв'язку з тривалим статичним напруженням м'язів спини, ший, рук і ніг, що призводить до ушкодження опорно-рухового апарату;

- негативний вплив електромагнітних, в тому числі і рентгенівських випромінювань при використанні моніторів персональних комп'ютерів (далі ПК) з електронно-променевою трубкою, що призводить до погіршень зору, зниження імунітету;

- недостатнє або надмірне освітлення робочих місць, в зв'язку з несправністю, або хибним вибором освітлювальних приладів, в зв'язку з неправильним розташуванням робочих місць по відношенню до джерел природного та штучного освітлення, що призводить до погіршення зору або ефекту засліплення;

- підвищений рівень шуму, який створюється перетворювачем напруги електронно-обчислювальної машини (далі ЕОМ), її технічною периферією, а також людьми, що працюють у приміщенні, і який призводить до погіршення слуху;

- незадовільні параметри мікроклімату робочого місця, у зв'язку із відсутністю приладів, що забезпечують необхідний повітряобмін та опалювальної системи, які можуть викликати загальні захворювання;
- вірогідність загоряння, в зв'язку з використанням несправного електрообладнання, обігрівачів з відкритим теном, недотриманням, або порушенням правил протипожежної безпеки, відсутністю систем пожежної сигналізації і пожежогасіння, що призводить до пожежі;
- неправильні дії персоналу в умовах надзвичайних ситуацій, які призводять до паніки та загибелі людей;
- недотримання режиму праці та відпочинку, що призводить до розладу функціонування центральної та периферійної нервових систем;
- потрапляння в легені і на слизові оболонки пилу, через підвищену запиленість повітря робочої зони, що провокує появу алергічних захворювань органів зору та дихання;
- безвідповідальне ставлення керівництва щодо проведення інструктажу та інформування персоналу про правила поведінки на робочому місці при виникненні надзвичайної ситуації, що може призвести до загрози здоров'ю та навіть до летального випадку.

4.2. Заходи по забезпеченню безпеки

Приміщення офісу, в яких перебувають співробітники галузі перекладознавства та перекладу, відносяться до приміщень без підвищеної небезпеки ураження електричним струмом.

У приміщенні офісу застосовується широке різноманіття електроприладів: персональні комп'ютери, принтери, ксерокси, факси, освітлювальні прилади, кондиціонери, побутові електроприлади тощо. Небезпека ураження електричним струмом при використанні цих приладів з'являється при недотриманні заходів обережності, а також при відмові або

несправності цього обладнання. Наслідки ураження електричним струмом залежать від багатьох факторів: опору організму, величини, тривалості дії, роду і частоти струму, шляхів його проходження через життєво важливі органи, умов зовнішнього середовища.

Для запобігання ураження електричним струмом встановлено електроустаткування, яке відповідає вимогам: ПУЕ («Правила устрою електроустановок») і ГОСТ 12.1.030-81 (2001) «ССБТ. Электробезопасность. Защитное заземление, зануление», величина опору захисного заземлення електрообладнання приміщення – 4 Ом; НПАОП 40.1-1.32-01 «Правила устройства электроустановок. Электрооборудование специальных установок», приміщення, в якому розташовуються ЕОМ, різноманітне устаткування, відноситься до класу пожежебезпечної зони П-Па, тому передбачений мінімальний ступінь захисту ізоляції обладнання IP44; ГОСТ 12.1.009-76 (1999) «ССБТ. Электробезопасность. Термины и определения» обладнання офісу має подвійну ізоляцію, яка складається з робочої та додаткової ізоляції; ГОСТ 12.2.007.0-75* (2001) «ССБТ. Изделия электротехнические. Общие требования безопасности» ЕОМ, периферійні пристрої ЕОМ та устаткування для обслуговування, ремонту та налагодження ЕОМ по способу захисту людини від ураження електричним струмом, належать до I класу, оскільки мають подвійну ізоляцію, елемент для заземлення та провід для приєднання до джерела живлення, що має заземлюючу жилу і вилку з заземлюючим контактом. Експлуатація електроустановок і електроустаткування проводиться відповідно до НПАОП 40.1-1.01-97 «Правила безпечної експлуатації електроустановок» та НПАОП 40.1-1.21-98 «Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів»

Ймовірність механічного травмування може виникнути внаслідок не раціонального розташування робочих місць, захаращення робочих місць або у зв'язку з недбалістю та неухважністю обслуговуючого персоналу. Для виключення травматизму згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні

правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» зроблено більш зручне та раціональне розташування робочих місць, таким чином збільшена відстань між ними, яка відповідає нормованим значенням (площа на одне робоче місце має становити не менше ніж $6,0 \text{ м}^2$, а об'єм не менше ніж $20,0 \text{ м}^3$).

У зв'язку із стресовими ситуаціями та нервово-емоційними навантаженнями у працівників може виникнути ймовірність захворювань загально-невротичного характеру.

З метою зниження нервово-емоційного напруження, стомлення зорового аналізатора, поліпшення мозкового кровообігу, подолання несприятливих наслідків гіподинамії, запобігання втоми, згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» для робітників із застосування ЕОМ, передбачені регламентовані перерви для відпочинку тривалістю 15 хвилин через кожні дві години, а також обладнані побутові приміщення для відпочинку під час роботи, кімната психологічного розвантаження. В кімнаті психологічного розвантаження передбачені пристрої для приготування й роздачі тонізуючих напоїв, а також місця для занять фізичною культурою

Для оптимізації відносин у колективі проводяться тренінги з залучанням психологів на теми: «Адаптація у новому колективі», «Поведінка в суспільстві».

Для запобігання кістково-м'язових порушень у зв'язку з тривалим статичним напруженням м'язів спини, шиї, рук і ніг необхідно виконувати фізичні вправи 2-3 рази протягом робочого часу.

Безвідповідальне ставлення керівництва щодо проведення інструктажу та інформування персоналу про правила поведінки на робочому місці при виникненні надзвичайної ситуації створює проблему загальної необізнаності, що може призвести до загрози здоров'ю та навіть до позбавлення життя. Допуск до роботи осіб, які не пройшли навчання, інструктаж і перевірку

знань з охорони праці, забороняється. Адміністрація (роботодавець) для створення безпечних і нешкідливих умов праці працівників і для власної безпеки зобов'язана керуватися переліком таких основних нормативно-законодавчих актів і документів з охорони праці, як Закон України «Про охорону праці», типові положення про службу охорони праці, типові положення про навчання з питань охорони праці, положення про розробку інструкцій з охорони праці; перелік робіт з підвищеною небезпекою; положення про медичний огляд працівників окремих категорій, перелік посад посадових осіб, які зобов'язані проходити попередню і періодичну перевірку знань з охорони праці, порядок проведення атестації робочих місць за умовами праці (Постанова Кабінету Міністрів України № 442 від 01.09.1992 року), типові положення «Про кабінет охорони праці».

Обов'язково ведуться такі журнали:

- Журнал реєстрації вступного інструктажу з ОП.
- Журнал реєстрації інструктажу з охорони праці на робочому місці.
- Журнал інструктажів з пожежної безпеки.

Адміністрації також необхідно користуватися відповідними галузевими та міжгалузевими нормативно-правовими актами з охорони праці згідно з Державним реєстром міжгалузевих і галузевих нормативних актів з охорони праці.

4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці

Для запобігання несприятливого впливу на людину шкідливих факторів, які супроводжують роботу з персональними електронно-обчислювальними машинами, розроблений ряд санітарно-гігієнічних вимог.

Заходи з виробничої санітарії та гігієни праці спрямовані на запобігання або зменшення впливу на персонал шкідливих виробничих факторів. Вони забезпечують на робочих місцях нормальні умови

повітряного середовища, необхідну освітленість, усувають вплив шуму, випромінювань та інших шкідливих виробничих чинників.

Організація робочого місця користувача ЕОМ повинна забезпечувати відповідність усіх елементів робочого місця та їх розташування ергономічним вимогам ГОСТ 12.2.032 «ССБТ. Рабочее место при выполнении работ сидя. Общие эргономические требования», характеру та особливостям трудової діяльності.

Внаслідок роботи за ПК, на фізіологію людини негативно впливають електромагнітні випромінювання. Щоб зменшити наслідки впливу на людину та знизити негативні показники у робочій зоні до допустимих значень, згідно з ГОСТ 12.2.007.0-75 «Изделия электротехнические. Общие требования безопасности», вироби, які створюють електромагнітні поля, повинні мати захисні елементи (екрани, поглиначі і т.д.). Вимоги до захисних елементів повинні бути вказані в стандартах та технічних умовах на конкретні види виробів. Згідно з НПАОП 0.00-1.28-10 «Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин» та ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин», на робочих місцях обладнаних ПК встановлені рідкокристалічні монітори, які не є джерелами рентгенівського та електромагнітного випромінювань.

Основними причинами недостатньої або надмірної освітленості робочих місць є несправність або хибний вибір освітлювальних приладів, неправильне розташування робочих місць по відношенню до джерел освітлення.

Незадовільна освітленість на робочому місці або на робочій зоні може бути причиною зниження продуктивності та якості праці, отримання травм. Недостатнє або надмірне освітлення викликає зоровий дискомфорт, що виражається у відчутті незручності або напруженості. Тривале перебування в умовах зорового дискомфорту призводить до розсіювання уваги, зменшення зосередженості, зоровій і загальній втомі.

У офісному приміщенні, згідно ДБН В.2.5-28-2006 «Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення» передбачене природне та штучне освітлення. Природне освітлення здійснено через світлові прорізи, які забезпечують коефіцієнт природної освітленості (КПО) не нижче 1,5%. Для захисту від прямих сонячних променів, які створюють прямі та відбиті відблиски на поверхні екранів і клавіатури, передбачено сонцезахисні пристрої, на вікнах встановлені жалюзі або штори.

Розрахунок штучного освітлення для приміщення розміром 6х4х2,8 м, з типом світильника ЛПО (растровий), $L/h = 1,4$, колір стелі, стін, підлоги (рст, рс, рп): 70%, 50%, 30%. Згідно з умовами праці обираємо нормовані показники штучного освітлення основних приміщень: для кабінетів і робочих кімнат, площа нормування освітленості, висота площини над підлогою $h_p = 0,8$ м, розряд і підрозряд зорової роботи Б-1, освітленість робочих поверхонь при загальному освітленні $E_n = 300$ лк.

Визначаємо коефіцієнт запасу k_z , що дорівнює 1,4.

Розраховуємо кількість рядів світильників у приміщенні N_p :

$$N_p = \frac{B}{(H - h_p) \cdot [L/h]}, \text{ шт};$$

де: B – ширина приміщення, м;

H – висота приміщення, м;

h_p – висота робочої поверхні, м;

$[L/h]$ – числове значення коефіцієнта світильника.

$$N_p = \frac{4}{(2,8 - 0,8) \cdot 1,4} = 1,43 \approx 2 \text{ шт}$$

Визначаємо максимально допустиму відстань між рядами світильників L_{\max} :

$$L_{\max} = \frac{B}{N_p}, \text{ м};$$

де: B – ширина приміщення, м;

N_p – кількість рядів світильників у приміщенні, шт.

$$L_{\max} = \frac{4}{2} = 2 \text{ м}$$

Визначаємо значення індексу приміщення i , що характеризує співвідношення розмірів освітлювального приміщення і висоти розміщення світильників:

$$i = \frac{A \cdot B}{(H - h_p) \cdot (A + B)};$$

де: A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

H – висота приміщення, м;

h_p – висота робочої поверхні, м.

$$i = \frac{6 \cdot 4}{(2,8 - 0,8) \cdot (6 + 4)} = 1,2$$

Приймаємо $i = 1,5$.

Визначаємо значення коефіцієнта використання світлового потоку η , створюваного світильниками вибраного типу.

Вибирається в залежності від виду джерела світла, типу обраного світильника, коефіцієнтів відбиття поверхонь приміщення та індексу приміщення.

$$\eta = 47\%$$

Визначаємо сумарний світловий потік освітлювальної установки у даному приміщенні Φ_{Σ} :

$$\Phi_{\Sigma} = \frac{E_H \cdot A \cdot B \cdot k_3 \cdot z}{\eta}, \text{ лм};$$

де: E_H – рівень нормованого загального освітлення, лк;

A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

k_3 – коефіцієнт запасу;

z – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості (відношення середньої освітленості до мінімальної освітленості), як правило дорівнює (для люмінесцентних ламп $z = 1,1$);

η – коефіцієнт використання світлового потоку.

$$\Phi_{\Sigma} = \frac{300 \cdot 6 \cdot 4 \cdot 1,4 \cdot 1,1}{0,47} = 23591 \text{ лм.}$$

Визначити умовну загальну кількість світильників у приміщенні N_{ce}^* :

$$N_{ce}^* = \frac{A \cdot B}{L_{\max}^2}, \text{ шт};$$

де: A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

L_{\max} – максимально припустима відстань між рядами світильників, м.

$$N_{ce}^* = \frac{6 \cdot 4}{4} = 6 \text{ шт}$$

Обираємо потрібний тип світильника:

Тип світильника: ЛПО (растровий);

Лампа: Т8 (люм);

Кількість (n) і потужність ламп: 4x18;

Габарити: $A = 645$ мм, $B = 645$ мм, $C = 50$ мм;

Ступінь захисту: IP20;

Електричний захист: Клас 1.

Розраховуємо світловий потік умовного джерела світла Φ_l^* :

$$\Phi_l^* = \frac{\Phi_{\Sigma}}{N_l^*}, \text{ лм};$$

де: Φ_{Σ} – сумарний світловий потік освітлювальної установки, лм;

N_l^* – загальна кількість ламп у світильнику, яка розраховується за формулою:

$$N_l^* = N_{ce}^* \cdot n, \text{ шт};$$

де: n – кількість ламп у світильнику, шт.

$$N_l^* = 6 \cdot 4 = 24 \text{ шт};$$

$$\Phi_l^* = \frac{23591}{24} = 983 \text{ лм.}$$

Вибираємо тип стандартної лампи з найближчим значенням фактичного світлового потоку лампи Φ_l , і знайти коефіцієнт m

(співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи Φ_l^* та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи Φ_l):

$$m = \frac{\Phi_l^*}{\Phi_l}.$$

$$m = \frac{983}{1200} = 0,82.$$

Визначаємо оптимальну (фактичну) кількість світильників у приміщенні N_{ce} :

$$N_{ce} = N_{ce}^* \cdot m, \text{ шт};$$

де: N_{ce}^* – умовна загальна кількість світильників у приміщенні, шт.

m – співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи.

$$N_{ce} = 6 \cdot 0,82 = 4,92 \approx 6 \text{ шт.}$$

Визначаємо фактичну кількість ламп у приміщенні N_l :

$$N_l = N_{ce} \cdot n, \text{ шт};$$

де: N_{ce} – оптимальна (фактична) кількість світильників у приміщенні, шт;

n – кількість ламп у світильнику, шт.

$$N_l = 6 \cdot 4 = 24 \text{ шт.}$$

Визначаємо загальну розрахункову освітленість E_p у приміщенні, що створюється при застосуванні стандартних ламп:

$$E_p = \frac{\Phi_l \cdot N_l \cdot \eta}{A \cdot B \cdot k_3 \cdot z}, \text{ лк};$$

де: Φ_l – фактичний світловий потік вибраної стандартної лампи, лм;

N_l – фактична кількість ламп у приміщенні, шт;

η – коефіцієнт використання світлового потоку;

A – довжина приміщення, м;

B – ширина приміщення, м;

k_3 – коефіцієнт запасу;

z – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості.

$$E_p = \frac{1200 \cdot 24 \cdot 0,47}{6 \cdot 4 \cdot 1,4 \cdot 1,1} = 366 \text{ лк.}$$

Виходячи з розрахунків освітлення в приміщенні $E_p = 366$ лк, що відповідає нормам.

Рівні звукового тиску в октавних смугах частот, рівні звуку та еквівалентні рівні звуку на робочих місцях приміщення відповідають вимогам ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» та ДСН 3.3.6.037-99 «Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку». Зниження рівня шуму в приміщенні здійснено за допомогою:

- використання більш сучасного обладнання;
- розташування принтерів та різноманітного устаткування колективного користування на значній відстані від більшості робочих місць працівників;
- переведення жорсткого диска в режим сну (Standby), якщо комп'ютер не працює протягом визначеного часу;
- використання блоків живлення ПК з вентиляторами на гумових підвісках;

Неправильне проектування або несправність систем опалення та вентиляції в приміщенні офісу може призвести до негативних впливів на здоров'я працівників у вигляді простудних захворювань, перегрівань, проблем із дихальними шляхами тощо.

Метеорологічні умови в приміщенні офісу – температура повітря, відносна вологість повітря й швидкість його переміщення відповідають встановленим санітарно-гігієнічним вимогам ДСН 3.3.6.042-99 «Державні санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень» і ГОСТ 12.1.005-88 (1991) «ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Роботи в офісному приміщенні, належать до категорії Іб -

легка робота, тому передбачені наступні оптимальні значення параметрів мікроклімату:

- у холодний період року: температура 21-23С; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,1 м/с;

- у теплий період року: температура 22-24С; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,2 м/с.

Забезпечення таких параметрів мікроклімату досягається оснащенням приміщень пристроями кондиціонування, вентиляції та дезодорації повітря, системами опалювання. З метою усунення сухого повітря, в офісі встановлено ультразвуковий зволожувач повітря, що має два режиму роботи: «холодний пар» та «теплий пар», має систему дезінфікування води шляхом нагріву до 80°С, змінні наповнювачі для картриджу, 8 годинний таймер, функція підтримки оптимального рівня вологості відносно температури.

Оптимальні рівні позитивних (n+) і негативних (n-) іонів у повітрі приміщення з ВДТ відповідають вимогам ГН 2152-80 «Санітарно-гігієнічні норми допустимих рівнів іонізації повітря виробничих та громадських приміщень» і становить: n+ =1500-30000 (шт. на 1см³); n- = 3000-5000 (шт. на 1см³). Підтримку оптимального рівня легких позитивних і негативних аероіонів у повітрі на робочих місцях забезпечуються за допомогою біполярних коронних аероіонізаторів.

Недотримання режиму праці та відпочинку призводить до розладу функціонування центральної та периферійної нервових систем. При організації праці, що пов'язана з використанням персональних комп'ютерів, для збереження здоров'я працюючих, запобігання професійним захворюванням і підтримки працездатності слід передбачити внутрішньозмінні регламентовані перерви для відпочинку. Внутрішньозмінні режими праці і відпочинку мають передбачати додаткові нетривалі перерви в періоди, що передують появі об'єктивних і суб'єктивних ознак стомлення і зниження працездатності. За основну роботу з персональним комп'ютером

слід вважати таку, що займає не менше 50% часу впродовж робочої зміни.

Протягом дня мають передбачатися:

- перерви для відпочинку і вживання їжі (обідні перерви);
- перерви для відпочинку і особистих потреб (згідно з трудовими нормами);
- додаткові перерви, що вводяться для окремих професій з урахуванням особливостей трудової діяльності.

Встановлюються такі внутрішньозмінні режими праці та відпочинку при роботі з ЕОМ при 8-годинній денній робочій зміні в залежності від характеру праці. Для переключачів, як операторів персональних комп'ютерів, слід призначати регламентовані перерви для відпочинку тривалістю 15 хвилин через кожні дві години, за умови якщо переключач включає як усний, так і письмовий. Якщо діяльність переключача зосереджена тільки на роботі з комп'ютером, його слід вважати оператором комп'ютерного набору регламентовані перерви для відпочинку якого мають тривалість 10 хвилин після кожної години роботи за персональним комп'ютером.

У всіх випадках, коли виробничі обставини не дозволяють застосувати регламентовані перерви, тривалість безперервної роботи з персональним комп'ютером не повинна перевищувати 4 години. При 12-годинній робочій зміні регламентовані перерви повинні встановлюватися в перші 8 годин роботи аналогічно перервам при 8-годинній робочій зміні, а протягом останніх 4-х годин роботи, незалежно від характеру трудової діяльності, через кожну годину тривалістю 15 хвилин. У відповідності до ст. 43 Закону України «Про охорону праці» за порушення законодавства про охорону праці юридичні та фізичні особи, які відповідно до законодавства використовують найману працю, притягаються органами виконавчої влади з нагляду за охороною праці до сплати штрафу в порядку, встановленому законом.

Для зменшення негативного впливу виробничих факторів на здоров'я працівників необхідно застосовувати регламентовані перерви. Тривалість регламентованих перерв для групи В – творча робота у режимі діалогу

ПЕОМ (переклад та редагування текстів та інше) – кількість знаків 16000 – 30000, протягом від 2,1 до 4 годин, рекомендована перерва – 40 хвилин.

Навантаження за робочу зміну будь-якої тривалості має не перевищувати для групи робіт В – 6 годин.

Тривалість безперервної роботи за ПК без регламентованої перерви має не перевищувати 2 години. Тривалість обідньої перерви визначається чинним законодавством про працю та правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства.

Активний відпочинок має полягати у виконанні комплексу гімнастичних вправ, спрямованих на зняття нервового напруження, м'язове розслаблення, відновлення функцій фізіологічних систем, що порушуються протягом трудового процесу, зняття втоми очей, поліпшення мозкового кровообігу і працездатності. За умови високого рівня напруженості робіт з персональним комп'ютером показане психологічне розвантаження у спеціально обладнаних приміщеннях (в кімнатах психологічного розвантаження) під час регламентованих перерв або в кінці робочого дня.

4.4. Заходи з пожежної безпеки

Горінням називається складний фізикохімічний процес взаємодії горючої речовини та окислювача, який супроводжується виділенням тепла та випромінюванням світла. Процес горіння призводить до пожежі. Пожежа – неконтрольоване горіння поза спеціальним вогнищем, що розповсюджується в часі і просторі. Забезпечення пожежної безпеки є важливою частиною політики будь якої установи. Пожежна безпека регламентується державними стандартами НАПБ А.01.001-2014 «Правила пожежної безпеки в Україні».

Закон України «Про пожежну безпеку» визначає загальні правові, економічні та соціальні основи забезпечення пожежної безпеки на території

України, регулює відносини державних органів, юридичних і фізичних осіб у цій галузі незалежно від виду їх діяльності та форм власності.

Пожежна безпека – стан об’єкта, при якому з регламентованою ймовірністю виключається можливість виникнення та розвиток пожежі і впливу на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Для забезпечення пожежної безпеки в установах проводять пожежну профілактику, яка включає в себе комплекс організаційних і технічних заходів, спрямованих на забезпечення безпеки людей, на запобігання пожежі, обмеження її поширення, а також на створення умов для успішного гасіння пожежі.

Для ліквідації пожежі у початковій стадії її розвитку силами персоналу об’єктів застосовуються первинні засоби пожежогасіння. До них відносяться: вогнегасники, пожежний інвентар (покривала з негорючого теплоізоляційного полотна, ящики з піском, пожежні відра, совкові лопати, ломи, сокири тощо), системи автоматичного пожежогасіння.

Первинні засоби пожежогасіння, в залежності від категорії приміщень, можуть розташовуватись як окремо, так і в складі пожежних щитів.

За ДСТУ EN 2:2014 «Класифікація пожеж (EN 2:1992; EN 2:1992/A1:2004, IDT)» та згідно «Правил експлуатації та типових норм належності вогнегасників», затверджених наказом МВСУ 15.01.2018 № 25 та зареєстрованих в МЮУ 23.02.2018 р. за № 225/31677, визначені пожежі класів Е – горіння електроустановок, що перебувають під напругою до 1000 В та А – пожежа, що супроводжуються горінням твердих матеріалів, зазвичай органічного походження, під час горіння яких, як правило, утворюються тліючі вуглини. Відповідно до вимог ДСТУ Б В.1.1-36:2016 «Визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою» та СНиП 2.09.02-85* «Производственные здания» визначаємо, що наш об’єкт належить до категорії Д – знижено пожежонебезпечна.

В офісному приміщенні знаходиться дерев'яна мебель, електронна апаратура, бумажні носії інформації. Відповідно до категорії виробництва з пожежної безпеки і вимог ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги», ступінь вогнестійкості приміщення об'єкта – II – будинки з несучими та огорожувальними конструкціями з природних або штучних кам'яних матеріалів, бетону, залізобетону із застосуванням листових і плитних негорючих матеріалів.

Відповідно до вимог ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги», для забезпечення безпечної евакуації людей повинні передбачатися заходи, спрямовані на створення умов для своєчасної та безперешкодної евакуації людей у разі виникнення пожежі та захист людей на шляхах евакуації від дії небезпечних чинників пожежі.

Основними причинами пожежі можуть бути:

- коротке замикання електропроводки;
- несправність комп'ютерної техніки та іншого електрообладнання.

Для відводу надлишкової теплоти від персонального комп'ютера служать системи вентиляції та кондиціонування повітря. При цьому можливе оплавлення ізоляції сполучних проводів, їх оголення, і, як наслідок, коротке замикання, яке супроводжується іскрінням.

У відділі передбачені заходи як щодо попередження виникнення пожежі, так і щодо успішної евакуації людей та матеріальних цінностей, у випадку її виникнення. Евакуаційні виходи, шляхи евакуації повинні мати позначення з використанням знаків безпеки згідно з ДСТУ ISO 6309, ДСТУ 7313, ГОСТ 12.4.026.

Відповідно до вимог «Правил експлуатації та типових норм належності вогнегасників», затверджених наказом МВСУ 15.01.2018 № 25 та зареєстрованих в МЮУ 23.02.2018 р. за № 225/31677, обираємо для даного типу приміщення 1 порошковий вогнегасник типу ВП-5 ємкістю 5 л, що

використовуються адміністративних, побутових будинках і приміщеннях та спорудах промислових підприємств.

При прийомі на роботу з працівниками проводиться інструктаж з техніки пожежної безпеки, періодично здійснюються перевірки приміщень на предмет дотримання норм пожежної безпеки, а також періодично з працівниками проводять навчання, щодо правильності їх дій при пожежі.

4.5. Заходи по забезпеченню безпеки у надзвичайних ситуаціях

Надзвичайна ситуація – обстановка на окремій території чи суб'єкті господарювання на ній або водному об'єкті, яка характеризується порушенням нормальних умов життєдіяльності населення, спричинена катастрофою, аварією, пожежею, стихійним лихом, епідемією, епізоотією, епіфітотією, застосуванням засобів ураження або іншою небезпечною подією, що призвела (може призвести) до виникнення загрози життю або здоров'ю населення, великої кількості загиблих і постраждалих, завдання значних матеріальних збитків, а також до неможливості проживання населення на такій території чи об'єкті, провадження на ній господарської діяльності.

Надзвичайні ситуації класифікуються за характером походження, ступенем поширення, розміром людських втрат та матеріальних збитків. Залежно від характеру походження подій, що можуть зумовити виникнення надзвичайних ситуацій на території України, визначаються такі види надзвичайних ситуацій: 1) техногенного характеру; 2) природного характеру; 3) соціальні; 4) воєнні.

Планування і підготовка до майбутнього проведення рятувальних та інших невідкладних робіт (РІНР) неможливі без прогнозування обстановки, яка може скластися в можливих вогнищах ураження. Безупинний розвиток засобів ураження і поглядів на їх застосування вимагає систематичної роботи

з удосконалення методик прогнозування обстановки і подальшого коректування відповідних розділів планів цивільного захисту (ЦЗ).

Прогнозування й оцінка обстановки можуть здійснюватися як до нападу, так і за попередніми даними про результати фактичного застосування супротивником засобів масового ураження (ЗМУ) з наступним їх уточненням за даними розвідки.

До нападу супротивника прогнозування проводиться на основі вихідних даних, які характеризують вражаючі фактори сучасної зброї, місцеві умови і можливості, що впливають на виконання завдань ЦЗ, а саме: фізико-географічні, метеорологічні, санітарно-епідемічні умови; наявність людських і матеріальних ресурсів; стан транспорту, зв'язку; характер забудови міст та інших наземних пунктів; стан ЦЗ (забезпеченість захисними спорудами і засобами індивідуального захисту (ЗІЗ), підготовка заміської зони; впровадження «Норм проектування інженерно-технічних заходів ЦЗ», наявність сил і засобів); наявність об'єктів господарювання (ОГ), при ушкодженні чи руйнуванні яких можуть утворитися вторинні вогнища ураження в результаті вибухів, пожеж, затоплення місцевості і поширення сильнодіючих отруйних речовин (СДОР) та ін. Особлива увага при прогнозуванні та оцінці обстановки приділяється захисту категорійованих міст і ОГ: визначаються ймовірні вогнища ураження, зони руйнувань, катастрофічних затоплень і радіаційного зараження (РЗ), можливі втрати серед населення, сил і засобів ЦЗ. Також прогнозуються ступінь виходу з ладу транспорту, промислових і житлових будинків та споруд, комунально-енергетичних мереж і паливних систем, засобів зв'язку та інших систем, що забезпечують у цілому життєдіяльність міста, району, області, і очікуваний характер та обсяг робіт. На підставі прогнозування здійснюється розрахунок сил і засобів ЦЗ, необхідних для проведення РІНР.

Після нападу супротивника на основі початкових даних про параметри ядерних вибухів, характер і масштаб застосування інших видів ЗМУ також здійснюється прогнозування можливої обстановки, яка проводиться для

вживання необхідних заходів захисту, для оцінки можливих втрат о. с. формувань ЦЗ, військ і населення, оцінки обсягу робіт з ліквідації наслідків нападу і для прийняття (уточнення) рішення на проведення РІНР. При цьому у вогнищах ядерного ураження оцінюється і пожежна обстановка, це необхідно для визначення обсягів і термінів виконання протипожежних заходів при проведенні РІНР, заходів щодо відновлення джерел пожежного водопостачання, а також для уточнення розрахунків сил і засобів та рішення на їх використання. Вихідними даними для прогнозування і оцінки пожежної обстановки, крім параметрів ядерного вибуху, є швидкість і напрямок середнього і приземного вітру та інші дані попередньої оцінки.

Прогнозування можливої радіаційної обстановки проводиться з метою визначення масштабів і характеру РЗ місцевості, розробки і здійснення заходів, які виключають чи зменшують втрати від нього. Результати прогнозування є орієнтовними і слугують вихідними даними для організації радіаційної розвідки, захисту населення, сільськогосподарських тварин і рослин, використання транспортних магістралей в умовах зараження і т.д.

Радіаційна обстановка після застосування ядерної зброї (ЯЗ) оцінюється за даними прогнозування, розвідки і дозиметричного контролю. При її оцінці визначаються зони РЗ місцевості, розраховуються дози радіації, які можуть одержати люди протягом того чи іншого часу перебування в зонах зараження або при їх проходженні, визначаються час початку роботи і кількість змін для проведення рятувальних робіт у вогнищах ураження, режими роботи ОГ і режими захисту населення в умовах РЗ. Результати оцінки дозволяють вибрати найбільш прийнятні способи дій сил ЦЗ у вогнищах ураження і намітити заходи щодо їх захисту. Дані про радіаційну обстановку потім уточнюються за даними повітряної, морської (річкової) розвідки й установ мережі спостереження і лабораторного контролю.

Вогнища хімічного ураження (ВХУ) виникають у результаті застосування супротивником отруйних речовин (ОР), а також при руйнуванні

хімічно небезпечних об'єктів, які виготовляють чи використовують у технології СДОР.

Вихідними даними для прогнозування обстановки в ВХУ є: засоби, способи і райони застосування супротивником хімічної зброї; типи застосованих ОР (або розлитих СДОР); час застосування хімічної зброї і метеорологічні умови в приземному шарі повітря. Необхідно визначити розміри районів і глибину поширення зараженого повітря, стійкість ОР й оцінити можливі втрати населення.

Застосування супротивником біологічної зброї може створити різні за розмірами вогнища біологічного ураження. Характер вогнища, його масштаби і тривалість дії біологічних засобів залежать від виду і способу застосування збудника, метеорологічних умов і своєчасності проведення організаційних, санітарно-гігієнічних і протиепідемічних заходів. При масовому аерозольному способі застосування і сприятливих для поширення бактерій метеорологічних умов може бути заражена територія в сотні і навіть тисячі квадратних кілометрів.

Прогнозуючи обстановку, необхідно визначити можливі розміри зон біологічного зараження, вид збудника, спосіб його застосування і стійкість бактеріальних рецептур, очікувані первинні втрати населення з урахуванням його густоти і забезпеченості засобами захисту, характер залежності ОГ, майна і технічних засобів, ймовірні вторинні втрати населення в результаті передачі інфекцій від хворих до здорових. Для розрахунку можливих втрат населення необхідно знати: площу зараження; кількість людей, які перебувають на ній; забезпеченість їх захисними спорудами, ЗІЗ і медичними засобами захисту. При раптовому застосуванні біологічних засобів може бути заражене аерозолями до 50-60% загальної чисельності населення; якщо люди будуть завчасно сповіщені і встигнуть вжити елементарних заходів захисту, втрати становитимуть не більше 15%.

Прогнозування зон можливого катастрофічного затоплення з визначенням їхніх меж, глибини й інших параметрів здійснюється

розрахунковим шляхом на основі відповідних методик. Прогнозування зон затоплення після нападу супротивника здійснюється виходячи з характеру фактичних руйнувань чи ушкоджень напірного фронту гідротехнічних споруд і рівня заповнення водоймищ до моменту нападу.

Евакуація проводиться за рішенням Кабінету Міністрів України і здійснюється органами виконавчої влади. Рішення на проведення екстреної евакуації можуть прийняти начальники ЦЗ об'єкта, району, міста. Підготовча й організаційна робота з проведення евакуації покладається на штаби ЦЗ і евакооргани.

Одержавши розпорядження про проведення евакуації, штаби ЦЗ об'єктів народного господарства разом з евакуаційними комісіями:

- уточнюють чисельність робітників, службовців і членів їхніх родин, що підлягають розосередженню й евакуації, номери залізничних ешелонів, автомобільних колон і пішохідних маршрутів, виділених об'єкту за планом; терміни прибуття на збірний евакуаційний пункт;

- оповіщають і організовують збір робітників, службовців і членів їхніх родин;

- надають допомогу збірні евакуаційні пункти (ЗЕП) відносно реєстрації і посадки тих, кого евакуюють, на транспорт, а також у формуванні і відправленні піших колон;

- допомагають місцевим органам у районах розосередження й евакуації розміщувати прибуваюче населення.

Кожен повинен узяти із собою паспорт, військовий квиток, документи про освіту, трудову книжку чи пенсійне посвідчення, свідоцтво про народження дітей, необхідний запас продуктів (на 2—3 дні), білизну, постіль та інші необхідні речі з урахуванням тривалого перебування в заміській зоні.

Результати будь-якого прогнозування є наближеними і використовуються органами управління ЦЗ для аналізу та попередньої оцінки обстановки. Проте якісне прогнозування забезпечує не тільки правильну організацію й успішне проведення рятувальних робіт у вогнищах

ураження, а й дає можливість зменшити імовірність утворення таких вогнищ шляхом своєчасного оповіщення населення ц укриття чи евакуації його із зон радіоактивного, хімічного і біологічного зараження.

Існує багато шкідливих факторів у робітників офісних споруд та приміщень. У розділі були визначені та проаналізовані небезпечні та шкідливі фактори на робочому місці перекладача: ураження електричним струмом, механічне травмування, нервово – психічні навантаження, негативні відносини у колективі, кістково – м'язові порушення, підвищений рівень шуму, підвищений рівень вібрації, незадовільні параметри мікроклімату робочого місця, перенапруження зорового аналізатора, вірогідність загоряння та неправильні дії персоналу. Було запропоновано заходи по забезпеченню безпеки на робочому місці.

Для підтримки мікроклімату робочої зони спроектували систему вентиляції згідно площі приміщення та кількості працівників. Встановлені вогнегасники (1 порошковий, ємкістю 5 л) та встановлено порядок дій сил цивільної оборони при ліквідації наслідків стихійних лих.

Висновки

Таким чином, нами детально було розглянуто вимоги, які пред'являє чинне законодавство України до охорони праці офісних співробітників. На сьогоднішній день ми спостерігаємо прикру тенденцію, коли в більшості офісів такі вимоги не виконуються, а інколи взагалі ігноруються. Це ми можемо неозброєним оком побачити, зокрема, на прикладі вимог до площі офісного приміщення. Чи багато існує офісів, в яких на один персональний комп'ютер припадає не менше ніж шість метрів квадратних? Інколи на такій площі розташовують по три робочих місця з персональними комп'ютерами. Часом приміщення офісів розташовуються в підвалах та/або взагалі не мають природного освітлення. На жаль, таких прикладів досить багато. Проте, недобросовісним роботодавцям не варто забувати про відповідальність, яка встановлена чинним законодавством України за порушення вимог щодо охорони праці.

ВИСНОВКИ

Лексика, як найрухливіший пласт мови, найбільш чутливо реагує на всі зміни в соціальній, культурній та інших сферах життя мовців, що пояснює появу у сучасних мовах величезної кількості неологізмів. На сьогодні в лінгвістиці немає одностайної думки щодо визначення терміну неологізм. З одного боку, під новотворами розуміють слова або сполучення слів, які з'явилися у певній мові протягом певного періоду часу. З іншого боку, неологізми – це терміни, які є новим значенням уже існуючого слова, або слова, запозиченого з іншої мови, новизна якого все ще помітна. За співвідношенням усіх факторів було виділено 5 напрямків у дослідженні неологічних одиниць: соціальність (адаптація слова у мові), хронологія (розвиток в часовому просторі), зміст і форма (смысл та структура), лаконічність (стислість викладу) та новизна (сучасність) новотворів.

Підсумовуючи визначення лінгвістів та узагальнивши критерії терміну неологізм, визначаємо його як слово, що за єдністю форми і змісту в порівнянні з вже існуючими в словниковому складі мовними одиницями є новим і входить у використання в мові, тобто лексична одиниця, що сприймається як нова протягом деякого часу більшістю членів певної комунікативної спільноти. Це означає, що мова йде про мовні зміни, які вже протягом певного часу є помітними в словниковому складі, але більшістю учасників мовної комунікації сприймаються як нові.

Нові слова, що з'являються у результаті дії внутрішніх чинників мовного розвитку, також пов'язані з дією внутрішніх законів мови – закону аналогії, закону мовної економії, тенденції до однотипності. Задля вірного розуміння та перекладу неологізму необхідно знати його морфологічну будову, семантичні особливості, що відрізняють його від загальноновживаних слів та особливості контекстуального функціонування.

В основі творення неологізмів сфери телекомунікації в англійській та німецькій мовах лежать різні способи. Так, складені новоутворення та

скорочення є характерними для англійської мови, а в німецькій домінує словоскладання. Деривація зберігає свою здатність продукувати нові слова в сфері мобільного зв'язку в обох мовах. Щодо складу, то більшість англійських неологізмів представлені двокомпонентними іменниковими словосполученнями, а серед найпродуктивніших німецьких словотворчих моделей виділяються іменникові композити.

Дослідження семантичних особливостей довело, що основу корпусу неологізмів склали лексеми на позначення людей як користувачів пристроїв комунікації, феноменів, які виникли у цій сфері, та процесів, які можна виконувати за допомогою пристроїв. Вагому групу складають лексеми з семантичним полем «соцмережа», як явище мобільної комунікації. Також слід виділити наступні невеликі, але не менш важливі групи неологізмів: назви пристроїв та їх типів; явища, пов'язані з пристроями; програми та додатки; фізичні, психологічні та ментальні проблеми, що виникають унаслідок надлишкового користування мобільними телефонами; комплектуючі та запчастини мобільних телефонів; додаткові пристрої та аксесуари для поліпшення роботи з мобільними телефонами та дзвінок як один з елементів передачі даних.

Окрему групу утворюють невеликі за кількістю підгрупи неологізмів, що пов'язані з частинами тіла, назви одержимостей та фобій. У німецькій мові виокремилася група слів з тематикою дзвінок, а у англійській мові характерна увага до часових проміжків, які виділяються для виконання завдання. Специфіка формування кожного семантичного угруповання пов'язана з використанням окремої неолексеми, що ускладнює виділення її приналежності до певної групи.

Загалом, мова телефонних комунікацій є сприятливим середовищем для розвитку інновацій у мовах, що досліджувались. Представлені лексичні одиниці привертають увагу, роблять повідомлення цікавим, ефектним. Для відтворення неологізмів засобами рідної мови, перекладач звертається до таких трансформацій, як калькування, транскодування, описовий переклад

(експлікація) та прийом прямого включення. При перекладі за допомогою експлікації виникають труднощі щодо влучного добору еквівалентного слова, тому доводиться шукати йому аналоги у мові перекладу. Якщо аналог не був знайдений, слід правильно інтерпретувати неологізм керуючись набутим досвідом та знаннями. Оскільки деякі слова неможливо підпорядкувати критерію адекватності перекладу, їх треба описувати для полегшення розуміння реципієнтом повідомлення.

Зазначені у роботі способи перекладу англо- та німецькомовних неологізмів є досить універсальними. При перекладі неоексемом необхідним є міждисциплінарний та творчий підхід до вибору варіанту перекладу, який найкращим чином дозволить передати іноземний словотвір в повністю зрозумілій для реципієнта формі.

При перекладі неологізмів сфери мобільного зв'язку, перекладач стикається з рядом труднощів, в основі яких є розбіжність картин світу англійської, німецької та української мов. Деякі проблеми при перекладі таких мовних одиниць долаються за допомогою експлікації та калькування. Робота над іншими передбачає звертання до етимологічних, тлумачних, двомовних словників, словників іншомовного походження тощо.

Отже, неологізми відображають актуальний стан лексики, а неологічна база, яка сформувалася за останні десятиріччя, дає можливість осмислення історії сфери телефонної комунікації та мобільного зв'язку. Враховуючи той факт, що сфера комп'ютерних технологій безупинно розвивається, а разом з нею з'являються все більше неологізмів, то саме ця галузь науки і техніки потребує подальшого лінгвістичного дослідження.

SUMMARY

The topic of this diploma thesis is neologisms of the mobile communication technology sphere. The theme is vital nowadays because neologism is the most dynamic lexical unit which quickly develops and enters the language. Taking into account the science and technology rapid development the main process that gives impetus to the English enrichment is the new vocabulary neologization. The new appeared neologisms are written in printed publicity material and online dictionaries like «Dictionary of English Neologisms» [75], «The Oxford Dictionary of New Words» [77], and Internet resources such as «ABBYY Lingvo-online» [72], «Duden-online» [76] and «Word Spy» [86].

The topicality of the research is to study the widespread use of the new vocabulary of the field of mobile communication technologies as a result of the rapid development of scientific and technological progress, the importance and specificity of this area, as well as the insufficient level of neologisms studying and the development of this issue in terms of linguistic peculiarities and language features. But it is not only linguistic peculiarities but also interpretation of the interpretation of the world language picture.

Neologisms as the linguistic phenomenon are closely connected with innovations in the information technologies field, in particular in the mobile communication technology field. The structural and semantic features of the specified neologisms reflect current state of the vocabulary, and the neologic base, which has been formed over the last decades, makes it possible to understand the history of the sphere of telephone communication and mobile communication. Considering the fact that the computer technologies sphere continuously develops, and together with it there are more and more neologisms appear, this branch of science and technology requires further linguistic research.

The goal of the thesis is to analyze both English and Germanic neologisms in the field of mobile communication, to determine their structural and semantic features and their translation. The goal includes solution of the following tasks:

- to consider the essence of neologisms as a linguistic phenomenon;
- to analyze the main ways of neologisms creation in modern English and German languages find out the lexical-semantic and structural-grammatical features of the neologistic vocabulary in the mobile communication technology sphere;
- to establish and analyze the translation difficulties and define ways of neologisms translation of the mobile communication technology sphere in Ukrainian language;
- make the glossary of both English and German neologisms of the mobile communication technology sphere.

The research is based on the glossary of the 470 both English and German neologisms of the mobile communication technologies sphere.

Taking into account linguists definitions of the term neologism, we define it as a word, lexical unit, that is perceived as new for some time by the majority of members of a particular communicative community. In order to understand and translate neologism correctly, it is necessary to know its morphological structure, semantic peculiarities that distinguish it from commonly used words and also peculiarities of contextual functioning. According to the correlation of all factors, 5 directions in the study of the neologic units were allocated: sociality (adaptation of the word in the language), chronology (development in the temporary space), content and form (meaning and structure), laconicism (shortness of presentation), and novelty (modernity) of new developments.

Due to the parts of speech the greatest number is made by nouns as the neology seeks for rendering names to objects of reality. The most characteristic feature of neologisms formation in modern English and German languages are the composition and affixation. The composition is the typical way of word formation in German language, unlike English, where the dominating model of creation

among English-speaking lexical units are neologisms phrases act (neologisms-phrases). With overwhelming majority, the glossary of the German language consists of neologisms-words.

During the study of semantic features all neologisms was divided into following thematic classifications: a) people as users of communication devices, b) phenomena which have arisen in this sphere, and c) processes which can be carried out by communication devices, d) “social network” as the phenomenon of mobile communication, e) names of devices and their types, f) the phenomena connected with devices, g) programs and applications, h) the physical, psychological and mental problems arising from excessive use of mobile phones; i) accessories and spare parts of mobile phones, j) additional devices and accessories for work improvement of mobile phones and k) call as one of data transmission elements, l) parts of body, m) the name of obsession and phobias. In German the group of words with subject “call” was allocated, and in English he attention is focused on the time intervals allocated for the task.

To reproduce neologisms by means of the native language, the translator uses: a) traditional equivalent; b) calque or loan translation, c) transcoding, d) descriptive translation (explication) and g) adaptation. When translating by means of an explication it is difficult to select the exact equivalent word so you have to find analogues in target language. It is necessary to interpret a neologism correctly being guided by the gained experience and knowledge because it is impossible to subordinate some words to the criterion of adequacy of the translation. They should be described for simplification of understanding by the recipient. The neologism translation specificity is very complex and at this stage the finding of the best way to translate them remains a significant problem for all linguists.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрусяк І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу : автореф. дис. ... канд. філол. наук: [спец.] 10.02.04 германські мови / К. : Київський національний лінгвістичний університет, 2003. 20 с.
2. Антрушина, Г. Б., Афанасьева, О. В., Морозова Н. Н. English Lexicology. М. : Дрофа, 2001. 288 с.
3. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. М. : Высшая школа, 1973. 302 с.
4. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 376 с.
5. Борисова О. В. Трансформація вербалізації в англо-українському перекладі : автореф. дис. ... канд. філол. наук: [спец.] 10.02.16 / К. : Київський Національний університет імені Тараса Шевченка, 2005. 20 с.
6. Бояркина В. Д. О некоторых особенностях новой глагольной лексики // Новые слова и словари новых слов. Л. : Наука, Ленинградское отделение, 1983. С. 93–102.
7. Булавин Н. М. Семантическая структура неологизмов-существительных в британском и американском вариантах английского языка : дис... канд. филол. наук. [спец.] 10.02.04. М. : Моск. гос. пед. ин-т, 1969. 230 с.
8. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М. : Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
9. Ганич Д. І., Олійник Д. І. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.
10. Гладуш Н. Ф. Прагматичні модифікації при перекладі // Вісник Сумського державного університету. 2003. № 4. С. 50–53.

11. Годжаева Н. С. Неологизмы современного немецкого языка // Вестник Кемеровского государственного университета 2014. Т. 2, № 3. С. 279–281.
12. Гринев С. В. Введение в терминоведение. М. : Московский лицей, 1993. 309 с.
13. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию : [пер. с нем.] / упорядкув. Г. В. Рамишвили, А. В. Гулыги, В. А. Звегинцева. М. : ОАО ИГ Прогресс, 2000. 400 с.
14. Гура Н. П., Маслова А. А. Семантичні особливості новоутворень сфери технологій мобільного зв'язку // Тиждень науки: щоріч. наук.-практ. конф, 16-20 квітня 2018р. : тези доп. / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.) електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ., 2018. С. 1625–1626. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM). Назва з тит. екрана.
15. Гура Н. П., Маслова А. А. Словотвірний аспект новоутворень сфери телекомунікації // Інформаційні технології в освіті. 2018. № 32. С. 10–16. URL: http://linguistics.kspu.edu/Issue_32/p-10-16 (дата звернення: 17.10.18).
16. Д'яков А. С. Кияк Т. Р. Куделько З. Б. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. К. : Вид. дім КМ Academia, 2000. 218 с.
17. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові // Мова і культура. 2014. Вип. 17. С. 341–346.
18. Єрмоленко С. І. Інноваційні технології у ВНЗ // Матеріали II Міжнародної Інтернет-конференції «Нові виміри сучасного світу». Мелітополь, 2006. Т. 2. С. 13–15.
19. Жильбер П. Словарь новых слов. Париж: Hachette-Tchou, 1971. 287 с.
20. Жлуктенко Ю. А. Березинский В.А. Английские неологизмы. Киев : Наукова думка, 1983. 154 с.

21. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. М. : Высшая школа, 1989. 126 с.
22. Заботкина В. И. Соотношение прагматической и семантической вариативности в лексике современного английского языка / Вариативность в германских языках : тез. докл. Всесоюз. науч. конф. Калинин, 1988. Ч. 2. С. 207–208.
23. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Вінниця: Нова книга, 2008. 360 с.
24. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство : Збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : ЗДУ, 2001. 243 с.
25. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : ЗДУ, 1998. 431 с.
26. Зацний Ю. А. Шляхи і способи збагачення сучасної розмовної лексики англійської мови // Нова філологія. 2009. Вип. 34. С. 189–195.
27. Зацний Ю. А., Бутов В. Н. Новая общественно-политическая лексика и фразеология английского языка. Запорожье : ЗГУ, 2000. 198 с.
28. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. М. : Наука, 1992. 221 с.
29. Ильина А. Н., Кибасова С. Г. Словообразование в современном английском языке. СПб: СПбГУЭФ, 2012. 90 с.
30. Калиновська І. М. Реалізація мовної економії шляхом скорочення. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2008. 113 с.
31. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця : Нова книга, 2001. Ч. 1. 272 с.
32. Козаченко І. В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія, 2014. Т. 2, № 25. С. 166–168.

33. Комисаров В. М. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высшая школа, 1990. 352 с.
34. Королева Н. Н. Лингвопереводческий анализ англоязычных неологизмов (на материале английского и русского языков). Алматы : Б. и., 2001. 29 с.
35. Котелова Н. З. К вопросу о специфике термина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. М. : Наука, 1970. С. 122–126.
36. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник [для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів]. К. : Видавничий центр «Академія», 2004. 368 с.
37. Кубрякова Е. С. Что такое словообразование. М. : Наука, 1965. 78 с.
38. Лущик Ю. М., Пікулицька Л. В. Вплив субкультури хакерів на лексику сучасної англійської мови // Materiały VII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji Strategiczne pytania światowej nauki. Суми : Сумський національний аграрний університет, 2009. С. 20–22.
39. Нелюбин Л. Л. Перевод боевых документов армии США. М. : Воениздат, 1989. 334 с.
40. Пасічник А. В. Сучасні англійські неологізми та способи їх перекладу на українську мову. Дніпродзержинськ : Дніпродзержинський державний технічний університет, 2013. С. 1. URL: http://www.confcontact.com/2013_02_20/16_Pasichnik.html (дата звернення: 12.03.2017).
41. Редя В. О. Типологічні та прагматичні аспекти неологізмів у німецькій мові / IV Всеукраїнська студентська науково-практична конференція. Суми : Сумський державний університет, 2014. 172 с.
42. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М. : Международные отношения, 1974. 145 с.

43. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.
44. Слаба О. В. Актуальні проблеми розвитку неологічної лексики в сучасній німецькій мові // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. К. : Київський національний лінгвістичний університет, 2014. С. 110–114.
45. Слаба О. В. Англоамериканізми в лексико-семантичній системі сучасної німецької мови (на матеріалі галузевої лексики з економіки) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : [спец.] 10.02.04 «Германські мови» / К. : Київський національний лінгвістичний університет, 2003. 19 с.
46. Сорокина Э. А. Прилагательные-неологизмы современного русского языка: автореф. дис. : [спец.] 10.01.17 «Германські мови» / М. : Московский гос. обл. ун-т, 1984. 455 с.
47. Степанова М. Д. Словообразование совр. немецкого языка. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1984. 375 с.
48. Степанова, М. Д., Чернышева И. И. Лексикология современного немецкого языка: учебник. М. : Высшая школа, 1962. 310 с.
49. Степанова, М. Д., Чернышева И. И. Лексикология современного немецкого языка. : учеб. пособие для студентов. М. : Академия, 2005. 2-е изд., испр. 256 с.
50. Татаранюк С. П. Основні способи утворення неологізмів сфери екології людини // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки, 2011. № 2. С. 206–209.
51. Топуридзе-Сумбатова Н. Ю. Неологизмы в современном немецком языке (на материалах публицистики и художественной литературы ГДР) // Учёные записки I МГПИИЯ. М., 1956, Т. 10. С. 185–200.
52. Харитончик З. А. Лексикология английского языка: учеб. пособие Мн.: Выш. шк., 1992. 229 с.
53. Цвиллинг М. Я. Переводные эквиваленты неологизмов в словаре и тексте. М. : Наука, 1984. 149 с.

54. Чередниченко О. І. Сучасна французька неологія з погляду перекладача // Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Іноземна філологія. К. : ВПЦ Київ. ун-т, 2009. Вип. 42. С. 8–9.
55. Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка. М. : Просвещение, 1999. 265 с.
56. Швейцер А. Д., Ярцева В.Н. Английский язык. М. : АСТ, 2004. 288с.
57. Шкуліпа Ю. С. Основні способи перекладу неологізмів публіцистичного стилю з англійської мови українською // Актуальні проблеми філології. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 22–23 вересня 2017 р.). Херсон: Видавничий дім Гельветика, 2017. С. 91–93.
58. Шунейко А. А., Авдеенко И. А. Стереотипы речевого поведения // Русская речь. 2011. № 1–2. С. 70–73.
59. Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Kröner Verlag, 1990. 904 S.
60. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 272 S.
61. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. Second Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 480 S.
62. Fischer R. Lexical Change in Present-Day English: A Corpus-Based Study of the Motivation, Institutionalization, and Productivity of Creative Neologisms. Tübingen: Narr, 1998. 209 S.
63. Heller K. Theoretische und praktische Probleme der Neologismenlexikographie // Überlegungen und Materialien zu einem Wörterbuch der in der Allgemeinsprache der DDR gebräuchlichen Neologismen (Linguistische Studien: Reihe A, Arbeitsberichte 184). Berlin: Akad. der Wiss. der DDR, Zentralinst. für Sprachwiss, 1988. S. 1–5.
64. Herberg D. Sprachwissenschaft, Didaktik, Methodik, Pädagogik und Unterricht. Neologismen in der deutschen Gegenwartssprache // Forum Deutsch.

Für Deutschlehrerinnen und Deutschlehrer in Kanada. 11. Jg.: Herbst 2003. S. 263–300.

65. Kinne M. Der lange Weg zum Neologismenwörterbuch. Neologismus und Neologismenlexikographie im Deutschen. Zur Forschungsgeschichte und zur Terminologie, über Vorbilder und Aufgaben // Teubert, Wolfgang (Hrg.): Neologie und Korpus. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1998. S. 63–110.

66. Miram G. Translation Algorithms. Introduction into Translation Formalization. K. : Tvim inter, 1998. 175 S.

67. Steffens D. Von “Aquajogging” bis “Zickenalarm”. Neuer Wortschatz im Deutschen seit den 90er Jahren im Spiegel des ersten größeren Neologismenwörterbuches // Der Sprachdienst 2007. Jg. 51. № 4. S. 146–159.

68. Spitzmüller Jü. Eine Frage der Einstellung? Bewertungen des Sprachwandels in Linguistik und Öffentlichkeit // Der Sprachdienst 2006. Jg. 50. № 2–3. S. 41–54

ПЕРЕЛІК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

69. Словник термінів міжкультурної комунікації / авт.-уклад. Ф. С. Бацевич; МОН України, ЛНУ ім. І. Франка. Київ: Довіра, 2007. 205 с.

70. Словник лінгвістичних термінів / авт.-уклад. Е. В. Кротевич, И. С. Родзевич. К. : АН УРСР, 1957. 360 с.

71. Мультитран: ел. словник. URL: <http://www.multitrans.ru> (дата звернення 11.05.15).

72. АБВУ Lingvo-online: ел. словник. URL: <http://www.lingvo.ua> (дата звернення 13.05.15). АБВУ Lingvo.

73. Cambridge Dictionaries Online. Cambridge University Press, 2015. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (дата звернення 11.05.15).

74. Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (дата звернення 11.11.18).

75. Dictionary of English Neologisms. М. : Русский язык, 1990. 425 с.

76. Duden-online: электрон. словарь. Mannheim.: Словники «Duden.de», 2011. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung> (дата звернення 11.05.17).
77. Knowles E. Elliot J. The Oxford Dictionary of New Words. Oxford : Oxford University Press, 1997. 357 S.
78. Merriam Webster. URL: <http://www.merriam-webster.com> (дата звернення 12.05.15).
79. Oxford Dictionary. Oxford University Press, 2015. URL: <http://www.oxforddictionaries.com> (дата звернення 11.05.15).
80. The Longman Dictionary of Contemporary English. London: Pearson Education Limited, 2003. 1949 p.
81. Translito. URL: http://translito.com/russian/dictionaries/English_-_ukrainian_technical_dictionary/ (дата звернення 09.05.15).
82. Tulloch S. The Oxford Dictionary of New Words. Oxford : OUP, 1992. P. V vi.
83. Twittonary. URL: <http://www.twittonary.com> (дата звернення 03.12.18).
84. Urban Dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com> (дата звернення 11.05.15).
85. Urdang L. Dictionary of Difficult Words. M. : Perseus, 1996. 320 S.
86. Word Spy. Logophilia Limited, 2015. URL: <http://www.wordspy.com> (дата звернення 11.05.15).

ДОДАТКИ

Додаток А

Глосарій англійських неологізмів сфери мобільного зв'язку

1. Activation Fee – плата за підключення абонента до мережі зв'язку, стягується тільки один раз;
2. affordable smartphone – бюджетний смартфон;
3. AirPods – бездротова гарнітура, продукція компанії Apple;
4. ALS – можливість об'єднання двох ліній і двох різних телефонних номерів в одному апараті;
5. AMOLED (Active Matrix Organic Light-Emitting Diode) - активна матриця на органічних світлодіодах (технологія застосування світлодіодів, які підсвічуються самостійно);
6. Animoji - анімовані емодзі у вигляді звірів;
7. appoholic – людина, що схильна до завантаження додатків, в основному їй непотрібних;
8. attention minute – хвилина уваги користувача, зокрема, застосовується для вимірювання залученості при використанні веб або іншого контенту;
9. attention theft – нав'язливе привернення уваги користувача за допомогою небажаного контенту (тексту, звуків, зображень);
10. autofocus – адаптивна система, що забезпечує автоматичне фокусування об'єктива фотоапарата;
11. basp – повідомлення, що приходять по підписці, які не належать до особистого листування або спаму, але у користувача немає бажання або часу їх читати;
12. bashtag – використання хештегов корпорації Твіттер для критики продуктів компанії;

13. Battery battle – порівняння двох або більше зарядів батареї мобільного телефону, щоб побачити, якій людині зарядний пристрій потрібен більше. Людина з низьким відсотком батареї на своєму телефоні матиме право першим скористатися зарядним пристроєм;

14. Beans – «боби» (так молодь називає навушники);

15. belfie – фото, що зазвичай роблять дівчата, щоб похизуватися пласким животиком;

16. black-hole resort – місце, в якому блокуються всі вхідні і вихідні Інтернет-сигнали;

17. bluetooth headset – Bluetooth-гарнітура;

18. Bluetooth receiver – Bluetooth-ресивер;

19. Bluetooth remote – Пульт Bluetooth для смартфонів;

20. brofie – селфі з друзями-чоловіками;

21. butler lie – брехня з метою ввічливого припинення листування по електронній пошті / в месенджерах або телефонній розмові;

22. BYOD (bring your own device) – «принось свій власний пристрій», дозвіл використовувати на роботі власні мобільні пристрої для вирішення робочих завдань;

23. cameraphone – камерофон (мобільний телефон, який має вбудовану цифрову фотовідеокамеру);

24. car holder – автотримач;

25. case – чохол-футляр до телефону;

26. catfish – людина, яка спеціально створює акаунти неіснуючих людей в соціальних мережах;

27. catfishing – майстерна підробка профілю в соціальній мережі для того, щоб завести з ким-небудь романтичні відносини;

28. Cell Broadcast – функція мережі GSM, яка дозволяє оператору передавати інформацію, яка може бути відображена на дисплеї телефону (наприклад, новини, погода, ситуація на дорогах і т.п.);

29. cell phone salute – коли хтось намагається відправити або отримати SMS з телефону з поганим зв'язком, підкинувши свій телефон в повітря, думаючи, що так зв'язок покращиться;
30. cell yell – надмірно гучна розмова по мобільному телефону;
31. cellfish – людина, яка продовжує говорити по мобільнику, не звертаючи уваги на те, що це дратує всіх інших;
32. chatbot – чатбот;
33. chatterboxing – перегляд телевізійного шоу і одночасне обговорення цього ж шоу з іншими людьми в мережі;
34. Child supervision – діяльність технічно підкованих дітей, які допомагають літнім родичам розібратися з електронними приладами;
35. clique stalking – потайки дізнаватися про друзів і зв'язки людини в соціальних мережах;
36. Cloud computing – «хмарне зберігання даних» на серверах, доступ до яких може здійснюватися через Інтернет, при якому доступ до сервера здійснюється з необмеженої кількості пристроїв;
37. couple – два екрани (наявність додаткового екрану у мобільного телефона, як правило, має телефон-розкладачка);
38. cramming – додавання несподіваних коштів на рахунок мобільного телефону;
39. crossscall – феномен, коли люди одночасно дзвонять один одному;
40. crossscreen – кросскрін (можливість показувати рекламу конкретного користувача на різних девайсах, які він використовує (ПК, смартфон, планшет));
41. cruncha cruncha – кумедна фраза, спроба підбадьорити пристрій, що «завис» на деякий час;
42. cyberbullying/ cyberstalking – спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку з метою залякування або погроз;

43. datasexual – датасексуал (цифровий еквівалент слова metrosexual, коли людина не тільки дуже сильно слідкує за собою, але й постійно викладає всі ці моменти свого життя у соц мережі);
44. Deep Bro Phone Talk – серйозна розмова між двома близькими друзями чоловічої статі;
45. defriend – видалити кого-небудь зі списку контактів;
46. defriending – видалення кого-небудь зі списку контактів;
47. device – девайс, пристрій;
48. dial-a (dialphone) – служба, яку можна замовити по телефону;
49. dial-a-bus – замовити транспортний засіб по телефону;
50. dial-a-meal – замовити їжу по телефону;
51. diarrheaist – людина, яка розміщує занадто багато особистої інформації в соціальних мережах;
52. digi-necker – водій, який уповільнює автомобіль, проїжджаючи повз аварію, щоб зняти сцену на мобільний телефон;
53. digital amnesia – цифрова амнезія;
54. digital crowding – цифрове скупчення;
55. digital detox – час, який людина присвячує реальному світу, намагається не користуватися гаджетами;
56. digital diet – цифрова дієта;
57. digital hangover – почуття сорому, що накриває на наступний ранок після вечірки, якщо знайомі вже встигли викласти в Фейсбук фотографії або відеоролики з компроматом;
58. digital hangover – цифрове похмілля;
59. diss tweet – нешаноблива або образлива публікація в Твіттері;
60. drelfie – селфи підшофе (тобто "пияні селфи");
61. dronie – дроні (дрон, спеціально створений, щоб робити селфі);
62. dumbwalking – йти по вулиці, уткнувшись в телефон;
63. Emojis – Емоджі (програма, мова ідеограм і смайликів);

64. Emoticon – значок, що використовується в текстових повідомленнях для передачі настрою, «смайл»;
65. ephemeral sharing – процес електронної передачі фотографій, файлів і іншого контенту, доступ до перегляду якого одержувач має тільки протягом обмеженого часу;
66. extreme phone pinching – тримання мобільного телефону між великим і вказівним пальцями в всячому положенні над небезпечним місцем при знятті селфі.
67. Face ID – розпізнавання користувача по обличчю (метод аутентифікації, стандарт безпеки, в основі якого лежить створення структурної карти особи за допомогою інноваційної системи камер TrueDepth і передових технологій);
68. Facebook facelift – пластична операція, яка проводиться для того, щоб людина виглядав привабливіше на фото в соціальних мережах;
69. Facerook – злочинець, який використовує Фейсбук для здійснення, планування або обговорення злочину;
70. faceswapping – обмін обличчями;
71. felfie – фотографія фермера (він зі своїм вихованцем);
72. Felfie – фальшиве селфі, наприклад, на тлі телевізійного зображення райських островів;
73. fingerprint scanner – сканер відбитка пальця, дактилоскопічний модуль;
74. flex (flexible flat cable) – шлейф;
75. Flour type of widget - шторка з допоміжними кнопка, що витягується знизу;
76. flour widget – шторка з допоміжними кнопками, що витягується знизу;
77. fog computing – туманні обчислення;
78. freaking – на сленгу хакерів, взлом телефонів і все, що з цим пов'язано;

79. gauge – калібрувати (налаштування сенсорного дисплея для правильної реакції на дотик);
80. geotargeting – геотаргетінг (показ реклами користувачам залежно від їх місця розташування);
81. ghost call – безсловесний телефонний дзвінок, отриманий від людини, яка випадково набрала або вибрала номер на своєму мобільному телефоні;
82. Gloatgram – пост в Instagram, що показує, яке хороше життя у автора; зазвичай це фотографії їжі або подорожей;
83. glow cone – пучок світла, який світить з єдиного джерела освітлення, такого як екран пристрою;
84. googable – «то, що можна знайти за допомогою пошукової системи Google»;
85. googledygoon – людина, яка має звичку користуватися Інтернетом і переходити за посиланнями за допомогою пошукової системи Google;
86. gram – створити фотографію за допомогою Instagram;
87. G-Sensor – акселерометр (датчик, що реагує на зміну положення пристрою в просторі);
88. Hands-free – пристрій або гарнітура, що дозволяє користуватися телефоном, не тримаючи його в руках;
89. Hard buttons – додаткові кнопки на пристрої;
90. hard link – жорстке посилання;
91. hashtag – хештег;
92. hashtag activism – хештег активізм;
93. hashtag-friendly – короткі слова, що запам'ятовуються, щоб використовуватися в якості хештега в Твіттері або Інстаграм;
94. hashtagification – процес перетворення слова або фрази в хештег;
95. hate-link – хейт-лінк;

96. hyper-documentation – постійний і детальний запис всіх подій свого життя, зокрема, коли він ведеться в соціальних мережах;
97. hater – хейтер;
98. selfie – фотознімок власної стрижки;
99. hyperconnected – людина, яка занадто часто використовує різні пристрої для доступу в Інтернет;
100. hyper-documentation – постійний і детальний запис всіх подій свого життя, зокрема, коли він ведеться в соціальних мережах;
101. iceberg tweeting – публікація замітки в Твіттері, в якій видимий текст є лише невеликою частиною всього повідомлення;
102. iFatigue – нескінченний цикл продукції Apple, який випускається в шаленому темпі;
103. iFinger – палець, який залишають чистим для того, щоб можна було продовжувати користуватися смартфоном, не забруднюючи його;
104. illegal scrolling – процес вручення вам телефону іншою особою, щоб показати вам фотографію або текст, і проведення вашим пальцем вліво/вправо або вгору/вниз без дозволу;
105. In-app – рекламний інвентар в мобільних додатках;
106. inline tweet – в онлайн-статті, уривок тексту, що вважається відповідним для Твіттера і оформлений як спеціальне посилання, так щоб користувачі мали можливість викласти текст в форматі твіта;
107. insertngi pause – ввідна пауза, назва перших секунд розмови коли ти ще не розумієш взяла людина трубку чи ні;
108. instafamous – відомий в інстаграмі;
109. Instagram Prime Time – час, протягом якого стрічка Instagram швидко оновлюється, і фотографії миттєво отримують більше лайків);
110. Interstitials – вид рекламного оголошення в мобільному додатку, яке займає цілий екран, банер-вставка;

111. iPhone Blindness – гострий стан людини, при якому вона нездатна згадати, чому він чи вона розблокувала свій iPhone, навіть коли це було зроблено одну-дві секунди раніше;

112. IRing – кільце підставка для телефону;

113. keypad lock – блокування клавіатури, що дозволяє уникнути випадкового натискання клавіші;

114. legsie – знімок власних ніг, часто на тлі мальовничого пейзажу;

115. lifehack – оптимізатор життя – пристрій, який полегшує життя.

116. life-logging – автоматичне фіксування повсякденного життя людини на цифровий носій з використанням портативних технічних пристроїв і систем;

117. Lightning – тип роз'єму, який використовується для підключення в портативній техніці Apple;

118. live on the charger – бути постійно розрядженим;

119. LOL (laughing out loud) – лол;

120. luminance sensor – датчик освітленості;

121. m. – М-точка (використовується для позначення спеціально оптимізованих для мобільних пристроїв сайтів);

122. Mac nazi – людина, схилена на продукції компанії Apple;

123. masturbating – задоволення своїх бажань, використовуючи продукт компанії Apple;

124. Memoji – Мемодзі (розважальний додаток від компанії Apple, коли користувачі iPhone можуть робити «мемодзі» зі своїм обличчям, а також змусити його рухатися відповідно своїй емоції);

125. MicroUSB – вид роз'єму затвердженого в якості єдиного стандарту для зарядки смартфонів, планшетів, плеєрів і іншої портативної техніки;

126. Mobile – Мобайл (маркетинговий канал для залучення аудиторії (сфера моб. реклами));

127. *mobile moment* – кожен раз, коли ви берете смартфон, щоб знайти відповідь або рішення в Інтернеті;
128. *mobile mouth* – людина, яка веде телефонну розмову у громадських місцях гучним голосом;
129. *mobile nonversation* – безглузда розмова по телефону;
130. *mobile slap* – удар мобільним телефоном по кому-небудь;
131. *mobile statue* – людина, що різко завмерла в середині людського руху (поток), вулиці тощо, читаючи чи пишучи текстові повідомлення, перевіряючи електронну пошту;
132. *mobile up* – фотографування, створення знімків, які можна завантажити в соціальні мережі з мобільного телефону;
133. *mobileholic* – людина, одержима мобільними телефонами;
134. *mobilerss* – SMS, які відправляються з мобільного телефону;
135. *mobilety* – досягнення чогось за допомогою мобільного телефону;
136. *mobilise* – трансформація сайту з метою його використання на будь-якому мобільному пристрої;
137. *mobisode* – коротка програма, яка оптимізована для переглядів на невеликому екрані мобільного телефону;
138. *Monoblock (display module)* – Дисплейний модуль (дисплей телефону і сенсор як одна нероздільна деталь);
139. *Monopod* - Монопод (селфі-палка);
140. *morning selfie* – ранкове фото з макіяжем, викладене до соціальної мережі;
141. *multitap entry* – введення символу багатократним натисканням кнопки;
142. *Multitouch* – технологія, завдяки якій сенсорні екрани можуть сприймати дотик двома (або більше) пальцями одночасно;
143. *parb* – такий елемент особистої інформації, викладений користувачем онлайн, який особливо вплинув, найчастіше ненавмисно, на позиціонування себе самого в мережі;

144. nasty effect – поляризація думок з тієї чи іншої теми, яка виникає під впливом негативних коментарів;
145. Netiquette – мережевий етикет;
146. nomakeupselfie – селфі без макіяжу, опубліковане в соціальних мережах;
147. nomophobia – страх залишитися без мобільного телефону або без сигналу стільникового зв'язку;
148. number exhaust – відсутність вільних номерів у телефонній системі;
149. off to the side - феномен «в інший бік» коли людина говорить з кимось осторонь все ще знаходячись у процесі розмови по телефону;
150. OLED (Organic Light Emitting Diode) – органічний електролюмінесцентний дисплей;
151. OTP (on the phone) – бути на телефоні;
152. overconnectedness – стан надлишку вже існуючих і потенційних контактів з іншими людьми і онлайн-ресурсами, які підтримуються за допомогою технологій;
153. participatory panopticon – всеохоплююча система нагляду, створена людьми для ведення спостереження через мобільні технології;
154. Password fatigue – втома від паролів, викликана необхідністю пам'ятати занадто багато паролів;
155. pay-as-you-app – модель оплати за допомогою мобільного телефону, коли користувачі купують доступ до даних для заздалегідь визначеного набору
156. percentage advantage – вирішальний фактор того, хто перший отримає автомобільний зарядний пристрій телефону (людина з нижчим зарядом батареї завжди отримує порт зарядки першою);
157. personality spam – персональний спам («закидання» рекламою людину судячи з того, по яким посиланням вона переходила цікавлячись тим чи іншим товаром);

158. Phablet – смартфон, екран якого більший, ніж у телефона, але менший від планшетного комп'ютера;
159. phantom load – споживання електрики вимкненим пристроєм;
160. phantom vibration – фантомна вібрація;
161. phonophobic – страх розмовляти по телефону;
162. phondle – процес "пестування" різних мобільних телефонів в магазині, щоб побачити, який підходить краще;
163. phone affair – коли ваш друг спілкується з вашою дівчиною/хлопцем більше, ніж ви без вашого відома;
164. phone amnesia – стан, який виникає, коли хтось заклопотаний робить виклик, тому, коли одержувач дзвінка бере слухавку, абонент ментально забуває, кому він дзвонив;
165. phone anxiety – коли хтось у досить незручній позі говорить по телефону і, як правило, нервується або забуває, що сказав;
166. phone foot – «портативна нога», стан, коли ваша нога німіє, коли ви стоїте/сидите, із захопленням переглядаючи інформацію в телефоні;
167. phone neck – біль у шиї, викликана притискуванням телефону плечем до вуха протягом тривалого часу;
168. phone phishing – використання телефонних дзвінків, щоб отримати особисті та фінансові дані, пароль або персональні данні;
169. phoneability – готовність до того, що тобі зателефонує друг, який переживає кризу;
170. phonearphobia – страх, коли хтось інший торкається телефону і може забруднити його; страх заразитися мікробами;
171. phone-a-topia – група людей на вечірці, що збираються для хизування своїми «гидкими» телефонами;
172. phone-bagging – приховування процесу використання мобільного телефону, користуючись ним у сумці, рюкзаку тощо;
173. phoneslinger – людина, яка дуже швидко користується своїм телефоном і друкує текстові повідомлення;

174. phoneur – людина, особливо пішохід, який взаємодіє зі світом тільки посередством мобільного телефону;

175. phone-yawn – феномен, коли одна людина дістає телефон і дивиться на екран, в результаті чого люди навколо неї роблять те ж саме;

176. photobomb – зробити звичайне фото на мобільний, який був зруйнований/зіпсований тим, хто не хотів бути на фотографії;

177. phubbing – фаббінг (звичка відволікатися на мобільні пристрої замість підтримування розмови зі співрозмовником);

178. pitch-to-zoom – проводити двома пальцями по екрану, для збільшення або зменшення масштабу компонентів на екрані;

179. pity friend – в соціальній мережі, користувач, чію заявку в друзі ви приймаєте з жалості;

180. playlistism – плейлицизм (дискримінація за ознакою музичних пристрастей);

181. Popsoket – багатофункціональний аксесуар, декоративний диск, який прикріплюється до плоских поверхонь телефону (або футляра) і служить тримачем і підставкою для телефону;

182. Power bank – портативний зарядний пристрій, зовнішній акумулятор;

183. provider – постачальник послуг, провайдер;

184. proximity sensor – датчик наближення;

185. pull-to-refresh – шаблон поведінки, що дозволяє оновлювати контент шляхом вертикальної навігації та відпускання контенту на екрані;

186. purse dial – ненавмисно зроблений дзвінок, випадково штовхнувши, вдаривши або натиснувши на мобільний телефон в гаманці або сумці;

187. QWERTY – клавіатура, букви на якій розташовані в тому ж порядку, що і на звичайній комп'ютерній клавіатурі;

188. ride-hailing service – автомобільний сервіс на вимогу, для організації поїздки;

189. ring holder – кільце-тримач (моб аксесуар);
190. ringxiety – збентеження, в яке призводить групу людей мобільний телефон, що не зрозуміло кому належить;
191. roaming – роумінг;
192. Robocall – автоматизований телефонний дзвінок, який грає записане повідомлення;
193. Roid rage – бажання кинути свій пристрій Android в стіну, тому що він ніколи не буде працювати так, як пристрої Apple та Windows;
194. S-Amoled (Super Active Matrix Organic Light-Emitting Diode) – поліпшена технологія створення тачскріну на основі AMOLED, де сенсорний шар приклеєний до самого екрану, що дозволяє позбутися прошарку повітря в проміжку між ними;
195. screen shift – почати перегляд відео контенту на одному пристрої і потім продовжити на іншому;
196. screen sightedness – екранна короткозорість;
197. screenager – підліток від 12 до 18 років, весь час знаходиться онлайн;
198. selfeet – селфі ног;
199. selfie – селфі (автопортретне фото, зроблене за допомогою мобільного телефону на фронтальну камеру і завантажене в соціальні мережі);
200. selfie ring – селфі кільце з вбудованими в нього лампочками-діодами, що служить заміною вспышки телефону;
201. selfie stick – селфі-палиця, створена спеціально для фотографій селфі;
202. self-interrupt – переривати роботу, щоб перевірити соціальні мережі або виконати задачу, що не відноситься до роботи;
203. sexting – секстінг (відправлення текстових повідомлень сексуального змісту);

204. sharebait – публікація в соціальній мережі з текстом, зображеннями або відео, створена, щоб спонукати читача поділитися записом;

205. sharent – один з батьків, який ділиться в мережі занадто великою кількістю інформації про своїх дітей;

206. shelfie – фотографія, на якій зображені книги, за якими про тебе складається певна думка;

207. Shoclog – Шоклог (блог, який ведеться з розрахунком шокувати читачів);

208. silent traveler – мандрівник, який майже не має плану прямого шляху до пункту призначення у туристичній індустрії, воліючи орієнтуватися, приймати рішення, і знаходити інформацію за допомогою мобільного пристрою;

209. SIM-LOCK – блокування можливості телефону працювати з SIM-картами іншого оператора;

210. simsen – листуватися (або жаргонне «чатитись»);

211. Skype sleep – зв'язатися по Skype зі своїм партнером (парою) і заснути разом;

212. slactivism – слактивізм (повільна активність людини, коли потрібно підписати якесь звернення в інтернеті);

213. Smart Eye – невеликий чохол-дивайс, здатним перетворити iPhone в Android, доповнює «яблучний» пристрій як окремий смартфоном;

214. Smartograf – смартограф (об'єктив з матрицею, що пристібається спеціальним кріпленням до смартфона перетворюючи його у фотоапарат);

215. smartphone – мобільний телефон, який включає в себе багато тих же функцій, що і персональний комп'ютер;

216. Smartphone dead leg – втрата чутливості в ногах через тривале використання смартфона, сидячи, зокрема, в туалеті;

217. *smartphone face* – падаюча лінія підборіддя і отвисла щелепа, викликані м'язами шиї, які були скорочені через постійний перегляд інформації на смартфоні або аналогічному пристрої;

218. *smartwatch* – розумний годинник, мобільний пристрій з сенсорним екраном, носить на руці;

219. *smexting* – відправлення текстових повідомлень на перекурі;

220. *smishing* – смішінг (нанесення збитку за допомогою смс);

221. *social bankruptcy* – стан потрясіння соціальною мережею, що приводить до єдиновірному рішенням - видалення всіх своїх акаунтів;

222. *Soft Key* – софт клавіша;

223. *SoLoMo* (*social + location (or local) + mobile*) – додаток для смартфона, що містить не тільки соціальні мережі, але і відомості про місце положення;

224. *Splash screen* – стартова заставка додатка коли відбувається завантаження даних, і яка по закінченню завантаження приховується;

225. *spyware* – шпигунська програма для крадіжки інформації;

226. *STN* (*super twisted nematic*) – рідкокристалічний дисплей з пасивною матрицею;

227. *subtweet* – сабтвіт;

228. *success theater* – той, хто робить публікації для того, щоб інші користувачі вважали його більш успішним, ніж насправді;

229. *swipe* – ковзати по екрану, рух вправо або вліво по екрану, без відриву пальця до завершення жесту;

230. *technolust* – людина, яка завжди хоче мати найостанніший гаджет (телефон, ноутбук тощо), навіть якщо з моменту покупки минулого дивайса пройшло всього пару місяців, і він у повному порядку;

231. *Technosexual* – техносексуал (людина, що думає про технічні новинки з ентузіазмом, з яким зазвичай говорять про секс);

232. *Technostress* – Технострес (стрес від занадто великої кількості техніки навколо);

233. tekky (techno-freak) – людина, одержима технічними нововведеннями;
234. Telegram – телеграм (месенджер, що дозволяє обмінюватися повідомленнями і медіафайлами багатьох форматів);
235. telephone triage – медична консультація по телефону;
236. Telescope Lens for macrophotography – Лінза-телескоп для макро зйомки на телефон;
237. teleshopping – здійснення покупок по телефону, побачивши товар по телевізору чи у комп'ютері;
238. Text Massage – телефон, що сповіщає про прийом SMS у вібруючому режимі;
239. text message injury – травми від стресу, викликані надмірним використанням великого пальця, яким друкуються текстові повідомлення в мобільному телефоні;
240. text purgatory – очікування відповіді на повідомлення з грайливим змістом;
241. Textpectation – той самий момент, коли ми комусь написали повідомлення і з нетерпінням чекаємо відповіді, нервово поглядаючи на екран мобільника;
242. Textretary – людина, що набирає SMS за того, хто веде машину;
243. textversation – розмова по мобільному телефону за допомогою текстових повідомлень;
244. text-walk – вести переписку під час ходьби;
245. TFD (Thin Film Diodes) – технологія тонкоплівкових діодів;
246. TFT TMR (Transmissive with Micro Reflective) – дисплей з трансфлексивними властивостями, тобто пропускається падаюче світло і відбивається від підкладки;
247. Thumbable – пристрій, яким можна керувати за допомогою одного або обох пальців;

248. thumbo – помилка, допущена при використанні пальців під час введення тексту на клавіатурі мобільного пристрою;

249. thumbstopper – той, хто змушує людину припинити перегортати публікації, зокрема при використанні великого пальця для скролінгу на пристрої з сенсорним екраном

250. to gram – зробити фотографію за допомогою Instagram;

251. to mistext – відправити повідомлення помилково іншій людині;

252. to photobomb – влізти в кадр;

253. to thumb – натискати на кнопки мобільного телефону;

254. Topper widget – шторка з допоміжними кнопками, що витягується зверху;

255. Touch Force – розпізнавання сили натискання на екран (використовується для швидкого виклику часто використовуваних додатків);

256. troll farm – «ферма тролей» (організація, члени якої навмисно намагаються створити конфлікт в онлайн-суспільстві публікуючи провокаційні коментарі);

257. tweet seats – секція в театрі, призначена для людей, які хочуть публікувати твіти під час вистави;

258. tweetstorm – твіт шторм;

259. twenty four hour ice – розлюченість на співрозмовника, яке призводить до того, що ви не спілкуєтеся з ними протягом 24 годин;

260. twimmolation – руйнування кар'єри людини або репутації, викликане його непристойними або образливими публікаціями в Твіттері;

261. twintern – інтерн, найнятий для моніторингу та публікації повідомлень від імені компанії в соціальних мережах;

262. twitchfork – злий або агресивний протест в Твіттері, зокрема спрямований на відновлення справедливості або на помсту;

263. twitter quitter – користувач, який привертає багато уваги в Твіттері, видаляє свій аккаунт, зазвичай після знущань;

264. Type-C – тонкий, 24-контактний, двосторонній роз'єм для підключення зарядного пристрою, здатний забезпечувати не тільки зарядку, але і безліч додаткових функцій;

265. UFB (Ultra Fine and Bright) – підвищена яскравість і контрастність;

266. underbrag – самокритичний коментар чи розповідь, який насправді є хвалькуватим, так як користувач показує себе досить впевненими, щоб визнати свою невдачу або збентеження;

267. Unkeyboardinated – відсутність фізичної або психічної злагожденості в роботі з клавіатурою; коли людина не в змозі набрати текст без повторного здійснення помилок.

268. unsourcing – передача функцій компанії від найманих працівників до неоплачуваних волонтерам, зокрема клієнтам в соціальних мережах;

269. USB OTG (USB On-the-Go) – аксесуар, перехідник-адаптер, який дозволяє підключати до вашого смартфона периферійні пристрої, фактично перетворюючи ваш пристрій в комп'ютер;

270. USB-condom – презерватив для USB-порта;

271. usie – групова фотографія, зроблена одним з членів компанії;

272. vamping – довгий неспання в ночі через тривале спілкування в чатах і соціальних мережах;

273. virtual mobbing – віртуальний моббінг (цькування, цілеспрямоване переслідування або несправедливе ставлення до працівника з боку колег або начальства);

274. voice dial – Голосовий набір (спосіб набору номера абонента за допомогою голосової команди).

275. welfie – знімок власного підтягнутого тіла в модному спортивному костюмі на тлі тренажерного залу.

276. Widget – віджет (допоміжна міні-програма або елемент веб-сторінки, служба для швидкого отримання інформації або вирішення окремих завдань);

277. Wikiality – Вікіальность (явище, існування якого підтверджується великою кількістю посилань на нього в інтернеті);

278. Wireless Charger – Бездротове зарядний пристрій;

279. word of post – плітки і новини, поширювані за допомогою онлайн публікацій, зокрема, через соціальні мережі та блоги.

280. Yell phone – телефон, в який людина говорить дуже голосно;

281. yenta – пліткарка, яка багато базикає по телефону;

282. zenware – програми, яка допомагає користувачеві сфокусуватися на поточному завданні.

283. zucker – сформулювати або надати налаштування приватності таким чином, що вони підривають приватність користувача.

Додаток Б

Глосарій німецьких неологізмів сфери мобільного зв'язу

1. abrechen – виконувати аварійне завершення;
2. der Abfall – відключення пристрою через поломку;
3. abfragbar – з можливістю виклику;
4. der Abfragebetrieb – метод прямого виклику;
5. abgehende Verbindung – вихідний дзвінок;
6. abgehender Anruf – вихідний дзвінок;
7. abgehendes Telefonieren – вихідний дзвінок;
8. der Abhörmodus – режим контрольного прослуховування;
9. ablaufinvariant – повторно використаний / беушний;
10. abmelden – вийти з системи;
11. das Abonnement-Modell – тарифний план;
12. die Abonnenten – підписники;
13. abonniert sein – бути підписаним на;

14. der Abstrahl Lautsprecher – гучномовець з широким кутом розкриття;
15. abstürzen – глючити;
16. der Ackerschnacker – мол. жаргон мобілка;
17. der Affe – людина, що невміло поводить з пристроєм;
18. die Ajourhaltung – оновлення на МТ;
19. die Akku-Laufzeit – Ємність акумулятору;
20. die Aktualisierung – оновлення МТ;
21. als Suchinstrument einsetzen – використовувати в якості пошукової машини;
22. angepasstes Setup – вибіркова установка;
23. ankommende Verbindung – вхідний дзвінок;
24. ankommender Anruf – вхідний дзвінок;
25. ankommendes Telefonieren – вхідний дзвінок;
26. Anruf auf dem Handy annehmen – приймати виклик на МТ;
27. der Anrufbeantworter – телефонний автовідповідач;
28. das App – мобільний додаток;
29. der A-Teilnehmer – абонент, що викликає;
30. aus dem Netz ziehen – отримувати («завантажувати») інформацію з мережі (з Інтернету);
31. auseinanderbauen – розбирати на окремі частини під час ремонту;
32. ausgepowert – розряджений;
33. ausloggen – вийти з системи;
34. der Avatar – аватар (віртуальна фігура, яка представляє учасника чату);
35. die Batterieladung – заряд акумуляторної батареї;
36. die Bedieneinheit – блок управління для через який можна керувати МТ;
37. bloggen – займатися веденням свого блогу;
38. der Blogser – читач блогів;

39. die Buchungen – через МТ повідомляти роботодавцю про своє проведення часу на роботі, про хід виконання робіт/виконані операції;
40. der Call-Center-Agent – оператор колл-центру;
41. der Chat – чат (переговори в месенджерах);
42. chatten – спілкуватися в месенджері, чатитись;
43. die Chatterin – учасниця чату;
44. das Cyberspace – кіберпростір;
45. der Datentarif – тариф даних;
46. der Dienstanbieter – оператор мобільного зв'язку;
47. das Diensthandy – службовий мобільний телефон;
48. digitalisieren – переводити в цифровий формат;
49. downloaden – завантажувати;
50. das Dual-Band-Handy – дводіапазоний МТ;
51. durch Skype chatten – спілкуватися через скайп;
52. durchgeben – передавати;
53. das E-Banking – здійснення банківських операцій за допомогою телефону;
54. der E-Diot (elektronischer Idiot) – користувач-початківець, що ще вникає в усі тонкощі і труднощі гаджету;
55. die Ein-Bewegung – операція включення;
56. der Ein-Drücker – кнопка запуску МТ;
57. die Ein-Aus – кнопка увімкнення– вимикання;
58. das Einbeinstativ – монопод для Селфі;
59. eine Aktion abbrechen – скасувати операцію;
60. einloggen – увійти в систему, обліковий запис;
61. der Einzelverbindungsachweis – деталізація телефонних дзвінків (рахунків за тел);
62. das Emoticon – графічний символ для передачі настрою в чаті;
63. entsperren – розблокувати МТ;

64. die Erst-Inbetriebnahme – початковий запуск (коли користувач перший раз запускає МТ, який тільки що дістали з упаковки);
65. facebooken – використовувати соціальну мережу Facebook®, бути активною в ній;
66. die Fahrzeugaußenantenne – антена у автомобілі для прийому сигналів на МТ коли він підключен до адаптеру в машині;
67. der Fall für Handy – чохол для мобільного телефона;
68. der Farbbildschirm – екран кольорового дисплею;
69. der Fernsprechananschluß – абонентський телефонний апарат;
70. der Fernsprecher – телефон з екраном великої діагоналі;
71. Filme und Fotos gucken – дивитися фільми і фото;
72. der Fingerabdrucksensor – датчик відбитків пальців для розпізнавання власника телефону;
73. das Fingertiphandy – сенсорний мобільний телефон;
74. das Flaggschiff – флагман/ нова модель, яка тільки виходить на ринок;
75. das Fon – телефонний номер;
76. das Fotohandy - МТ з вбудованою фотокамерою/ фототелефон;
77. die Freisprechanlage – гучномовець;
78. die Freisprecheinrichtung – система "вільні руки";
79. Freund hinzufügen = als Freund hinzufügen = als Freund bestätigen – додати в друзі / підтвердити одного в якійсь л. соц мережі;
80. die Freundschaftsanfrage – запит в друзі / запрошення до дружби в соц. Мережі;
81. die Frontkamera – фронтальна(передня) камера;
82. die Gurke жарг. – мобілка, трубка;
83. hakeln – зависати;
84. das Handy – мобільний телефон;
85. Handy benutzen verboten – заборона користуватися мобільним стільниковим телефоном;

86. Handy träge – телефон „гальмує” (повільно працює);
87. der Handy-Adapter – адаптер МТ;
88. der Handy-Akku – акумулятор мобільного телефону;
89. der Handyakku – акумулятор МТ;
90. der Handyaner – власник мобільного телефону;
91. das Handybanking – мобільний банкінг;
92. die Handy-Batterie – батарея МТ;
93. der Handybesitzer – власник мобільного телефону;
94. die Handycam – ручна відеокамера;
95. die Handydaten – мобільні дані;
96. das Handydisplay – екран МТ;
97. das Handyfoto – фото зроблене МТ;
98. handyfrei – заборона використання мобільних телефонів;
99. das Handy-Glas – скло мобільного телефону;
100. das Handyhäuse – мобільний корпус;
101. der Handyhersteller – виробник МТ;
102. die Handycamera – вбудована камера МТ;
103. die Handylkurzwahl – скорочений набір номера з МТ;
104. das Handylogo – логотип телефонної компанії;
105. der Handynutzer – користувач МТ;
106. Handys mit Vertrag – мобільні телефони з контрактом і прив'язкою до оператора стільникового зв'язку;
107. Handys ohne Vertrag – мобільні телефони без контракту і прив'язки до оператора ;
108. der Handytasche – футляр для МТ;
109. das Handy-TV – мобільний телевізор;
110. die virtuellen Helfer – віртуальні (електронні) помічники;
111. herumspinnen – не функціонувати;
112. herumtippen – утримувати палець на клавіші деякий час;

113. das Herzhandy – передача даних ЕКГ з телефону на носій інформації;
114. hochladen – завантажити / закачати кудись;
115. Hörer abgehoben – трубка знята/ піднята;
116. die Hybrid-Technologie – гібридна технологія (під'єднує інтернет-технології через мобільний пристрій до ще більш потужного Інтернет-з'єднання вашого будинку);
117. das (der) Icon – графічний символ програми на екрані мобільного телефону;
118. der Infohighway – глобальна комп'ютерна мережа з великими можливостями обміну інформацією;
119. installieren – встановити;
120. das Instandhaltungssystem – система технічного обслуговування і ремонту;
121. der Invertieradapter – перехідник-з'єднувач (якщо зарядний пристрій не підходить для певного типу розетки);
122. Jein (ja-nein) – феномен, коли людина не впевнена що відповісти під час спілкування у месенджері;
123. das Klapphandy – грейферний МТ мобільний телефон формфактору розкладачка;
124. der Klingelton – сигнал вхідного дзвінка/СМС;
125. die Komfortfunktion – приємна або цікава додаткова функція для використання;
126. der Kommunikationsanbieter – провідний оператор зв'язку;
127. die Konfiguration – конфігурація;
128. der Kopfhöreranschluss – гніздо для навушників;
129. kostenbewusst – економний;
130. das Ladegerät – зарядний пристрій;
131. lahmarschiger – більш повільний, з часом починає працювати не так швидко, як спочатку;

132. lahmen – підвисати;
133. der Link – посилання;
134. die Mailbox – поштова скринька;
135. das M-Commerce – електронна торгівля, з використанням мобільного пристрою з доступом WAP;
136. der Mini-PC – кишеньковий комп'ютер;
137. das MMS-Handy – мобільний телефон з функцією прийому MMS;
138. der Mobilfunkkunder – абонент мобільного зв'язку;
139. die Mobilfunknummer – номер мобільного телефону;
140. das Mobilinternet-Kaufhaus – мобільна версія електронного магазину;
141. das Mobilnetz – мобільна мережа;
142. die Mobilschutzfolien – захисні плівки для мобільних телефонів;
143. das Natel – мобільний телефон (в Швейцарії);
144. das NFC – лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів;
145. das Nonplusultra – апогей/ екстраклас (кажуть про модель MT);
146. das Passwort setzen – встановити пароль;
147. die Passwörter knacken – зламувати паролі;
148. die PIN – персональний код/пароль;
149. das Prepaidhandy – передплачений телефон;
150. Profil anzeigen – показати профіль (акаунт);
151. Profil bearbeiten – змінити профіль / акаунт;
152. die Pushnachrichten - короткі інформативні повідомлення;
153. das Pushoalk – натиснути, щоб почати говорити;
154. die Quasselstrippe – базікало;
155. der Rollstz – Слайдер;
156. der Rückrufreflex – рефлекс повторного виклику (перенабор номера абонента);

157. der Schieber – слайдер;
158. der Second Screen – друге джерело інформації, паралельно використовується з екраном (дублювання екрану МТ)
159. das Seniorenhandy – Мобільний телефон для людей похилого віку;
160. der Sim-Lock – блокування сім карти;
161. die Smartphone-Kamera – камера смартфона;
162. Smombie – "смартфонозомбі" людина, яка постійно дивиться на дисплей телефону або планшета, абсолютно не звертаючи уваги на те, куди йде;
163. die Snail-mail – «повільна» пошта;
164. Soziales Netzwerk – соціальна мережа;
165. das Sprachdialogsystem – систему голосового діалогу;
166. Speicher erweiterbar – пам'ять, що може бути розширена;
167. stocken – зависати;
168. der Stromsparmmodus – режим економії енергії;
169. die Suchmaschine – пошукова програма;
170. das Superhandy – мобільний телефон з розширеними можливостями;
171. switchen – змінити дію (переключитися між екранами вперед/назад; відмінити дію/ продовжити дію);
172. die Telebimmelin мол.жарг. – слухавка;
173. die Telefon-Sprachbedienung – телефонний голосовий контроль;
174. der Tinderjährig – пов'язане з мобільним додатком для знайомств Tinder; людина, яка досягла віку, коли можна користуватися сервісом з пошуку партнера для близьких відносин у соцмережі;
175. tippen – друкувати легким дотиком пальця, злегка натиснути;
176. tragbar – портативний;
177. das Triband-Handy/ Tribandhandy – тридіапазоний МТ;
178. die Twitteratur – текстове наповнення соціальної мережі Twitter;

179. das UMTS-Handy – МТ з Універсальною Мобільною Телекомунікаційною Системою, що слугує для підключ 3G;

180. die Universal Mobile Batterie (Powerbank) – Универсальные мобильные батареи (Powerbank);

181. verbuggt – глючний;

182. die Vibrationsalarm – вібродзінок;

183. die Videotelefonie – відеовизов;

184. Virtic – програмне забезпечення, де інженери, техніки та монтажники записують свої робочі години на своєму мобільному телефоні або смартфоні (дані, передані в Інтернеті, автоматично додаються до статей витрат і використовуються для онлайн-ових годинних нотаток, рахунків робочого часу, звітів про витрати на дорожній рух);

185. vom Hersteller generalü berholt – аналог «відновлених виробником» або «manufacturer refurbished» телефонів, таких популярних в США, але не менш затребуваних в Європі;

186. das WAP-Handy – МТ з доступом до інтернету;

187. webfähiges Mobiltelefon – мобільний телефон з підтримкою веб-доступу.

Додаток В

Фахова стаття «Словотвірний аспект новоутворень сфери телекомунікацій»

ЛІНГВІСТИКА. Випуск XXXII

наблюдается явное влияние английского языка, которое можно проследить едва ли не в каждой лексической единице (I bims, парфiхен, Selfieside, tinderjährig, Noicemail). Одним из основных способов образования проанализированных лексических единиц является метафорическое переосмысление, что свидетельствует о безграничном потенциале креативного мышления молодого поколения. Перспективным в ракурсе дальнейших исследований считаем привлечение к рассмотрению всех молодежных сленгизмов, которые были выдвинуты на голосование, а также их комплексный анализ в коммуникативно-прагматическом, лексико-семантическом и переводческом аспектах.

Ключевые слова: молодежное слово года, словообразование, англицизмы, гетерогенность.

УДК 811.112.2'255.4'37-1

Наталя Гура,
Анастасія Маслова
(Запоріжжя)

СЛОВОТВІРНИЙ АСПЕКТ НОВОУТВОРЕНЬ СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЇ

Наприкінці ХХ – початку ХХІ століть сфера інформаційних технологій та телекомунікації стає одним із головних джерел поповнення англійської та німецької мов інноваційними одиницями у зв'язку з появою великої кількості нових понять і реалій, які потребують мовного позначення. Словотвірний аспект віддавна вважають важливим компонентом дослідження словникового складу мови або окремої галузі, оскільки він демонструє їх великі резервні можливості та забезпечує процес номінації.

У статті досліджуються структурно-морфологічні особливості неологізмів сфери технологій мобільного зв'язку. Основна увага сфокусована на характерних способах творення неологізмів в англійській та німецькій мовах та визначенні їх продуктивності. Розвідка виконана на матеріалі двох вибірок неологізмів телекомунікаційної сфери та налічує 150 новоутворень кожна.

Дослідження довело, що в основі англійських неологізмів сфери телекомунікації лежать складені новоутворення, переважна більшість яких представлена двокомпонентними іменниковими словосполученнями. Наслідком розвитку науки й техніки стало зростання числа скорочень: аббревіацій та гібридних утворень. Деривація зберігає свою здатність продукувати нові слова в сфері мобільного зв'язку. Спостерігаються такі продуктивні префікси як: de- та mis- та напівсуфікси з високорозвиненими комбінуючими властивостями як: -holic та -phobic. У свою чергу, словоскладання неологізмів не є характерним для сфери телекомунікації в англійській мові, але домінує в німецькій. Так, словотвірні моделі «іменник + іменник» та «основа дієслова + іменник» можна виділити як найбільш продуктивні. Префіксація та суфіксація стали головними способами творення німецьких неологізмів у сфері телекомунікації. Словоскладання та скорочення, хоча й не набули такої популярності як в англійській мові, але входять до провідних способів утворення неологізмів.

Аналіз корпусу дослідження показав, що переважну кількість нових словникових одиниць в обох мовах складають іменники, оскільки розширення словника відбувається головним чином за рахунок імен об'єктів та явищ.

Ключові слова: неологізм, словотворення, словоскладання, скорочення, аббревіатура, телескопія, словотвірна модель.

Розділ I. Актуальні проблеми лексикології та лексикографії

Мова є відкритою динамічною системою, яка постійно поповнюється та оновлюється. Збагачення словникового складу – це один із процесів пристосування мовної системи до нових умов комунікації у зв'язку зі змінами в позамовному середовищі. Вплив сучасної технічної революції зумовлює появу нових слів, словосполучень та термінів у мові, які пронизують усі сфери повсякденного існування сучасної людини: роботу, навчання, науку, дозвілля.

Наприкінці XX – початку XXI століть сфера інформаційних технологій та мобільного зв'язку стає одним із головних джерел поповнення мови інноваційними одиницями у зв'язку з появою великої кількості нових понять і реалій, які потребують мовного позначення. За останні десятиліття в англійській та німецькій мовах з'явилося чимало новоутворень у сфері телекомунікації, а деякі лексеми, що вже існували в мові, збагатилися новими значеннями, що вимагають детального лінгвістичного аналізу та лексикографічного закріплення.

Огляд останніх досліджень і публікацій з цієї проблеми. У витоків дослідження сучасної неології були роботи І. Андрусак, І. Арнольд, О. Борисова, В. Заботкіна, Ю. Зацного, О. Земської, О. Селіванової, К. Хеллер, Н. Топурідзе-Сумбатова тощо. Проблеми визначення терміну «неологізм» та шляхи його виникнення і функціонування висвітлені в розвідках таких вітчизняних та зарубіжних науковців: Н. Булавін, Х. Бусман, В. Виноградов, Н. Годжаєва, А. Д'яков, В. Карабан, М. Кінне, Ю. Лушик, М. Степанова, О. Слаба, Р. Фішер та ін. Однак навіть у найбільш ґрунтовних з вищезазначених досліджень відсутній структурно-морфологічний аналіз неологізмів сфери технологій мобільного зв'язку. Отже, актуальність статті зумовлена необхідністю вивчення застосування нової лексики сфери технологій мобільного зв'язку, яка визначена специфікою цієї сфери, а також недостатнім рівнем вивчення неологізмів та розробленості зазначеної проблематики з погляду структурно-морфологічних особливостей, що в подальшому дасть змогу визначити перспективи розвитку цієї субгалузі в сучасних умовах.

Метою роботи є морфологічний аналіз англо- та німецькомовних неологізмів у сфері мобільного зв'язку, з'ясування та порівняння їх структурних особливостей.

Дослідження виконано на матеріалі двох вибірок неологізмів телекомунікаційної сфери, складеної шляхом суцільного перегляду сучасних англо- й німецькомовних словників та інтернет ресурсів і налічує 150 новоутворень кожна.

Виклад основного матеріалу дослідження із повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поява нових слів є відображенням у мові потреб суспільства у вираженні нових понять, що постійно виникають у результаті розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин тощо. У середньому впродовж року в англійській та німецькій мовах з'являється близько 800 неологізмів, більшість з яких пов'язані зі сферою інформаційно-комунікаційних технологій. Ю. Зацний наголошує, що «неологізми технічної сфери складають 10 % від загальної кількості усіх неологізмів» [2, с. 4].

Слова та словосполучення для позначення нових явищ дійсності, предметів чи понять, або вже наявного поняття, або в новому значенні, використані мовою в певний період й усвідомлюються носіями мови [4, с. 417], називаються неологізмами (від грецьк. *neos* – новий термін і *logos* – слово).

Нові слова, що з'являються у результаті дії внутрішніх чинників мовного розвитку, також пов'язані з дією внутрішніх законів мови – закону аналогії, закону мовної економії, тенденції до однотипності. Для правильного розуміння та перекладу неологізму необхідно знати його морфологічну будову, семантичні особливості, що відрізняють його від загальноживаних слів та особливості контекстуального функціонування.

За морфологічною будовою новотвори поділяються на:

1. прості непохідні: англ. *device* – *девайс*, *пристрій*; *yenta* – *пліткарка*, яка багато базикає по телефону; нім. *Der Affe* – *людина*, що невміло поводиться з пристроєм; *die Gurke* – *жарг. мобілка*, *трубка*; похідні: англ. *tekk* (*techno-freak*) – *людина*, одержима технічними нововведеннями; *to mistext* – *відправити повідомлення помилково іншій людині*; *selfie* –

ЛІНГВІСТИКА. Випуск XXXII

автопортретне фото.; нім. *abbrechen* – виконувати аварійне завершення; *abfragbar* – з можливістю виклику;

2. складні – англ. *Smartphone* – мобільний телефон, який включає в себе багато тих же функцій, що і персональний комп'ютер; *spruware* – шпизунська програма для крадіжки інформації; *Lifehack* – пристрій, який полегшує життя; нім. *der Fingerabdrucksensor* – датчик відбитків пальців для розпізнавання власника телефону; *die Handynummerwahl* – скорочений набір номера з мобільного телефону;

3. складені – англ. *Ghostcall* – безсловесний телефонний дзвінок; *Mobile Statue* – людина, що різко замерла в середині людського руху (поток); *telephone triage* – медична консультація по телефону; нім. *Abgehende Verbindung* – вихідний дзвінок, *angepasstes Setup* – вибіркова установка;

4. складноскорочені – англ. *BYOD (bring your own device)* – «принось свій власний пристрій»; нім. *das NFC* – лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів; *die PIN (personal identification number)* – персональний код/пароль; *das App (application)* – мобільний додаток.

Аналіз вибірки англійських неологізмів сфери телекомунікації показав, що в її основі (39%) лежать складені новоутворення, переважна більшість яких представлена двокомпонентними іменниковими словосполученнями: *child supervision* – діяльність технічно підкованих дітей, які допомагають літнім родичам розібратися з електронними приладами; *digital detox* – час, який людина присвячує реальному, а не віртуальному світу, намагається не користуватися гаджетами; *mobile slap* – намагання вдарили когось мобільним телефоном; *phone neck* – біль у шиї, викликана притисканням телефону плечем до вуха протягом тривалого періоду; *text purgatory* – очікування відповіді на повідомлення з ераїливим вмістом).

Упродовж останніх десятиліть скорочення стало одним із найбільш продуктивних способів поповнення словникового складу англійської мови, в якій фонетичні процеси привели до підвищення питомої ваги односкладових слів. Ця тенденція пояснює той факт, що 25% вибірки складають скорочення, представлені абрєвіатурами та гібридними утвореннями (телескопія). Абрєвіатури використовуються для раціоналізації та економії мовних зусиль: *OTP (on the phone)* – бути на телефоні.

Під телескопією розуміємо процес, у якому «нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів» [3, с. 54]. За структурними характеристиками телескопізми є двокомпонентними одиницями: *belfie (belly + selfie)* – фотографія свого ступного животика, *slactivism (slow + activism)* – слактивізм; *textversation (text + conversation)* – розмова по мобільному телефону за допомогою текстових повідомлень, *sexting (sex ↔ texting)* – секстинг (відправлення текстових повідомлень сексуального змісту); *Mobilenonversation (non ↔ conversation)* – безглуздо розмовляти по телефону. Популярністю гібридні утворення завдячують своїй «влучності, здатності тонко і чітко підкреслювати найсуттєвіші характеристики предмета, явища, процесу і т. ін. однією мовною формою» [6, с. 47].

Розповсюдження в сфері мобільного зв'язку набули частково скорочені новотвори, які складаються з уже сформованого ініціального скорочення та розгорнутого слова: *iFatigue* – нескінченний цикл продукції Apple, який випускається в шаленому темні, і, практично, не зазнав змін порівняно з попередньою версією; *iFinger* – палець, який залишають чистим для того, щоб можна було продовжувати користуватися, не забруднюючи його.

Як свідчить вибірка, простих неологізмів в англійській мові мало – всього 2 %, проте деривація зберігає свою здатність продукувати нові слова (18%). Однак суфіксальні одиниці обмежені у вживанні рамками неофіційного спілкування і більшою мірою марковані позначкою «сленг»: *tekkyy (techno-freak)* – людина, яка одержима технічними нововведеннями. Продуктивними префіксами є заперечні *de-* та *mis-*: *defriend* – видалити кого-небудь зі списку контактів; *to mistext* – відправити повідомлення помилково іншій людині. В сфері телекомунікацій активно використовуються напівпрефікси, зокрема *techno-*,

Розділ I. Актуальні проблеми лексикології та лексикографії

tele-: *technolust* – людина, яка завжди хоче мати найсучасніший пристрій (телефон, ноутбук тощо); *technosexual* – техносексуал (людина, що думає про технічні новинки з ентузіазмом, з яким зазвичай говорять про секс); *teleshopping* – здійснювати покупки по телефону, побачивши товар по телевізору чи у комп'ютері.

Наступною морфологічною особливістю англійських неологізмів сфери технологій мобільного зв'язку є напівсуфікси з високорозвиненими комбінуючими властивостями – **-holic**, **-phobic**: *propholic* – людина, що схильна до завантаження даремних додатків; *mobileholic* – людина, яка одержима мобільними телефонами; *phonaphobic* – страх розмовляти по телефону.

Словоскладання неологізмів не яскраво виражене в сфері телекомунікації – 14% вибірки, як правило, це іменникові двокомпонентні композити: *Lifehack* – пристрій, який полегшує життя; *life-logging* – автоматичне фіксування повсякденного життя людини на цифровій носії з використанням портативних технічних пристроїв і систем; *spyware* – шпигунська програма для крадіжки інформації.

У свою чергу, німецька мова належить до тих, у яких словотвір відіграє важливу роль у поповненні номінативного складу мови. Найбільш поширеним способом словотвору німецької мови є словоскладання. Під словоскладанням, ми слідом за М. Степановою розуміємо такий вид словотвору, «коли два або більше самостійних слова утворюють нову лексичну одиницю» [5, с.100]. Воно постає одним з могутніх джерел розвитку та поповнення німецького лексичного запасу. До переваг цього способу словотвору можна віднести компактність та економність форми номінації, а також точність відображення ознак новотвору для позначення різних об'єктів дійсності.

Отже, словоскладання є найпродуктивнішим способом утворення неологізмів німецької мови і складає 50% вибірки новотворів: *die Bedieneinheit* – блок управління через який можна керувати мобільним телефоном; *der Invertieradapter* – перехідник-з'єднувач, *das Instandhaltungssystem* – система технічного обслуговування і ремонту. В сфері телекомунікації особливого поширення набули такі словотвірні моделі:

1. «іменник + іменник»: *der Klingelton* – сигнал вхідного дзвінка/СМС; *die Vibrationsalarm* – вібродзвінок; *das Herzhandy* – передача даних ЕКГ з телефона на носії інформації;
2. «основа дієслова + іменник»: *der Abhörmodus* – режим контрольного прослуховування; *der Invertieradapter* – перехідник-з'єднувач для певного типу розетки; *das Klapphandy* – мобільний телефон, що складається;
3. «іменник + прикметник»: *handyfrei* – заборона використання мобільних телефонів; *kostenbewusst* – економний; *ablaufinvariant* – повторно використаний;
4. «іменник + іменник + іменник»: *der Fingerabdrucksensor* – датчик відбитку пальця; *das Sprachdialogsystem* – систему голосового діалогу.

Наступною чисельною за складом групою є прості неологізми – 25%. Але на відміну від англійських новоутворень спостерігається інший відсотковий розподіл між похідними та непохідними. Так, непохідні новотвори складають 10% від загальної вибірки: *die Gurke* – жарг. мобілка, трубка; *das Natel* – мобільний телефон (в Швейцарії); *hakeln* – зависати; *lahmen* – підвисати і представлені не тільки іменниками, а й дієсловами. Решта 15% вибірки припадають на похідні неологізми. З огляду на класифікацію, запропоновану С. Гриньовим, який виділяє префіксацію, суфіксацію та префіксально-суфіксальні утворення [1, с.128] в якості головних способів морфологічного творення нових слів у сфері телекомунікації домінує префіксальний спосіб новоутворень. Префіксація є найбільш властивою для утворення нових дієслів: *abstürzen*, *entsperren*, *durchgeben*, *herumspinnen*. До продуктивних префіксів слід віднести: *ab-*, *durch-*, *herum-*. Суфіксація представлена невеликою кількістю новотворів і більше притаманна іменникам: *die Buchung*, *die Chatterin*, *die Aktualisierung*. Неологізми, які утворенні префіксально-суфіксальним способом не є характерними для сфери технологій мобільного зв'язку.

ЛІНГВІСТИКА. Випуск XXXII

Оскільки в німецькій мові надається перевага словоскладанню, то складені новотвори не відіграють такої ролі як в англійській та складають 13% вибірки: *abgehende Verbindung* – вихідний дзвінок; *Handy träge* – телефон повільно працює. Переважна більшість складених неологізмів представлена двокомпонентними словосполученнями «прикметник + іменник»: *angepasstes Setup* – вибіркова установка; *ankommender Anruf* – вхідний дзвінок.

Процес скорочення є своєрідною реакцією мови на появу великої кількості багатокомпонентних сполучень у телекомунікаційній сфері. І хоча використання аббревіатур та телескопії не відноситься до провідних способів створення нових слів у німецькій мові, порівняно з англійською, відсоток скорочень у вибірці складає 12%. Поряд з популярними буквеними скороченнями: *das NFC* – лінія радіопеленга для безпечної оплати через мобільний телефон за допомогою передачі даних з діапазоном в декілька сантиметрів; *die PIN* – персональний код/пароль, у німецькій мові часто аббревіатури отримують ще один елемент і тому такі скорочення стають багатокомпонентними, як наприклад: *das UMTS-Handy* – мобільний телефон з універсальною мобільною телекомунікаційною системою, що слугує для підключення 3G; *das WAP-Handy* – мобільний телефон з доступом до інтернету. Усе більшої популярності в сфері мобільного зв'язку набувають частково скорочені неологізми, які значною мірою розширюють дериваційні можливості лексики: *der A-Teilnehmer* – абонент, що викликає; *das M-Commerce* – електронна торгівля з використанням мобільного пристрою з доступом WAP.

Аналіз корпусу дослідження показав, що переважну кількість неологізмів складають іменники – 88% в англійській мові та 83% у німецькій, оскільки розширення словника відбувається головним чином за рахунок імен об'єктів та явищ, які наповнюють культурологічний простір та процеси в ньому.

Висновки із цього дослідження та перспективи. Отже, в основу творення неологізмів сфери телекомунікації в англійській та німецькій мовах покладено різні способи. Так, складені новоутворення та скорочення є характерними для англійської мови, а в німецькій домінує словоскладання. Деривація зберігає свою здатність продукувати нові слова в сфері мобільного зв'язку в обох мовах. Щодо складу, то більшість англійських неологізмів представлені двокомпонентними іменниковими словосполученнями, а серед найпродуктивніших німецьких словотвірних моделей виділяються іменникові композити.

Однак, проблема вивчення специфіки творення неологізмів у сфері телекомунікації не може бути розкрита в межах однієї статті, оскільки її склад постійно поповнюється новотворами. Перспективним напрямком подальших досліджень може бути виділення лексико-семантичних груп в англійській та німецькій мовах з метою виявлення їхніх загальних закономірностей і розходжень у процесі номінації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гринев С. В. Введение в терминоведение / С. В. Гринев. – М. : Московский лицей, 1993. – 309 с.
2. Защный Ю. А. Новая общественно-политическая лексика и фразеология английского языка / Ю. А. Защный, В. Н. Бутов. – Запорожье : ЗГУ, 2000. – 198 с.
3. Омельченко Л. Ф. Телескопійні слова сучасної англійської мови та їх структурно-семантична характеристика / Л. Ф. Омельченко // Збірник Львівського університету. Іноземна філологія. – Л., 2003 – Вип. С. 15 – 54.
4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
5. Степанова М. Д. Словообразование современного немецкого языка / М. Д. Степанова. – М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1984. – 375 с.
6. Algeo J. Blends, a Structural and Systemic View / J. Algeo // American Speech. – 1977. – No. 1/2. – Vol. 52. – P. 47–64.

Natalya Gura,
Anastasia Maslova

WORD-FORMATION ASPECT OF NEW WORDS OF THE TELECOMMUNICATION INDUSTRY

At the end of XX and the beginning of XXI centuries, due to the emergence of a large number of new terms and culture-specific concepts which require language designation, the sphere of information technologies and telecommunication becomes one of the main replenishment sources of the English and German languages with innovative units. The word-formation aspect has long been considered as an important part of the vocabulary structure study or of its separate branch since it demonstrates their great reserve capabilities and provides the nomination process.

In article the structural and morphological features of neologisms of the mobile communication industry are investigated. The main attention is focused on the characteristic methods of neologism formation in English and German languages and determination of their productivity. Investigation is made on the material of two neologism selections of the telecommunication industry. Each selection contains 150 new words.

Our research proved that the basis of the English neologisms of the telecommunication industry are word-formations. The overwhelming majority of them are presented by the bicomponent noun phrases. The number of abbreviations and hybrid constructions have increased as a result of the science and technology development. Derivation continues to produce neologisms in the mobile telecommunication industry. Such prefixes as de-, mis- and semi-suffixes as -holic and -phobic with the highly developed combining properties are the most common. Whereas neologism compounding is not typical for the English language telecommunication industry. It dominates in German language. Thus, the word-formation pattern "noun+noun", "verb base+noun" can be distinguished as the most productive. The prefixation and suffixation are the main word formation methods of German neologisms in the telecommunication industry. Although, compounding and abbreviation have not become such popular as in English language, nevertheless they belong to the main neologism formation methods.

In consequence of our research it can be concluded that the overwhelming majority of the new words in both languages are nouns since the vocabulary extends commonly by the object and phenomena names.

Key words: neologism, word-formation, compounding, shortened word form, abbreviation, telescopic word-formation, word-formation pattern.

Наталья Гура,
Анастасия Маслова

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ НОВООБРАЗОВАНИЙ СФЕРЫ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

В конце XX – начале XXI веков сфера информационных технологий и телекоммуникации становится одним из главных источников пополнения английского и немецкого языков инновационными единицами в связи с появлением большого количества новых понятий и реалий, которые требуют языкового обозначения. Словообразовательный аспект издавна считают важным компонентом исследования словарного состава языка или отдельной отрасли, поскольку он демонстрирует их большие резервные возможности и обеспечивает процесс номинации.

В статье исследуются структурно-морфологические особенности неологизмов сферы технологий мобильной связи. Основное внимание сфокусировано на характерных способах образования неологизмов в английском и немецком языках и определении их продуктивности. Работа выполнена на материале двух выборок неологизмов телекоммуникационной сферы и насчитывает 150 новообразований каждая.

Исследование доказало, что в основе английских неологизмов сферы телекоммуникации лежат новообразования, образованные словосложением, подавляющее большинство которых представлена двухкомпонентными именными словосочетаниями. Следствием развития науки и техники стал рост числа сокращений: аббревиаций и гибридных

образований. Дери́вация зберігає свою спро́можність проду́кувати нові слова в сфері мобільної зв'язі. Наблюдаються такі продуктивні префікси: *de-* і *mis-* і полусуфікси з високорозв'язаними комбінуючими властивостями як: *-holic* і *-phobic*. В свою чергу, словосполучення неологізмів не є характерними для сфери телекомунікації в англійській мові, але домінують в німецькій. Так, словообразовні моделі «іменник + іменник» і «основа дієслова + іменник» можна виділити як найбільш продуктивні. Префіксація і суфіксація стали основними способами утворення німецьких неологізмів в сфері телекомунікації. Словосполучення і скорочення, хоча і не набули такої популярності як в англійській мові, але входять в основні способи утворення неологізмів.

Аналіз корпусу дослідження показав, що переважну кількість нових словникових одиниць в обох мовах складають іменники, оскільки розширення словника відбувається в основному за рахунок імен предметів і явищ.

Ключові слова: неологізм, словообразування, словосполучення, скорочення, аббревіатура, телекомунікація, словообразовна модель.

УДК 811.161.2'373.45(045)

Олександр Каріда
(Маріуполь)

ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТУ

У пропонованій статті розглянуто особливості адаптації англійських запозичень термінів Інтернету в українській мові. Актуальність проблеми зумовлена стрімким розповсюдженням Інтернету як серед спеціалістів у професійних цілях, так і серед непрофесійних користувачів у повсякденному житті, що серед іншого сприяє значному збільшенню об'єму та прискоренню темпів міжнародного спілкування. Предметом дослідження є найбільш продуктивний спосіб поповнення наукових термінологічних систем – запозичення, що розуміються, як правило, як елементи іноземної мови (слова, морфеми, синтаксичні конструкції та подібне), що запозичені з однієї мови в іншу. У статті проаналізована структура лінгвістичної категорії запозичених одиниць: власне запозичення (варваризми, екзотизми, частково асимільовані запозичення), кальки (словотворчі, семантичні, фразеологічні), гібридні утворення. Доведено, що в українській мові наявні запозичення всіх перерахованих видів. Крім того, у статті описані структурно-семантичні типи запозичень англійських термінів Інтернету в українській мові. У процесі дослідження було знайдено тенденцію до паралельного терміноутворення: один з термінів – англійський, інший – істинний, причому обидва з однаковим ступенем частотності використовуються в мові-рецепторі. У процесі аналізу асиміляції прямих запозичень, тобто запозичень лексем шляхом максимальної адаптації їх фонетичних, графічних, граматичних і лексико-граматичних характеристик до відповідних норм мови-рецептора, дійшли висновку – для української комп'ютерної підмови Інтернет характерним є запозичення англіцизмів з графічним переформуванням (транскрипція і транслітерація), при цьому частіше використовується транслітерація.

Ключові слова: запозичення, термінологія Інтернету, прямих запозичення, кальки, гібридні утворення, асимільовані / неасимільовані терміни.

Сучасний етап розвитку людства позначений безпрецедентним в історії зміцненням і розширенням суспільно-політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між

Додаток Г

Копія тез доповіді на науковій конференції «Тиждень науки-2018»

УДК 821.111'37:621.396.2

Гура Н. П.¹, Маслоva А. А.²¹ канд. філол. наук, доц. ЗНТУ² студ. гр. ГФ-313м ЗНТУСЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НОВОУТВОРЕНЬ СФЕРИ
ТЕХНОЛОГІЙ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ

Науково-технічна революція, розвиток засобів масової комунікації та стрімкий хід життя призвели до появи великої кількості нових слів у різних сферах людської діяльності. Багато новоутворень в англійській мові з'явилося внаслідок розвитку технологій мобільного зв'язку. Нова лексика утворюється із власного матеріалу через словотворчі операції, запозичення та переосмислення уже наявних одиниць.

Проведений семантичний аналіз англійських неологізмів сфери телекомунікацій дозволив виділити наступні лексико-семантичні групи:

Пристрої та їх типи: *phablet* – смартфон, екран якого більший, ніж у телефона, але менший від планшетного комп'ютера; *smartphone* – мобільний телефон, який включає в себе багато тих же функцій, що і персональний комп'ютер; *thumbable* – пристрій, яким можна керувати за допомогою одного або обох пальців.

Явища, пов'язані з мобільними телефонами: *cell yell* – надмірно гучна розмова по мобільному телефону; *ghost call* – безсловесний телефонний дзвінок; *robocall* – автоматизований телефонний дзвінок.

Людина як користувач пристроїв комунікації *hyperconnected* – людина, яка занадто часто використовує різні пристрої для доступу в Інтернет; *mobile statue* – людина, що різко завмерла в середині людського руху, читаючи чи пишучи текстові повідомлення, перевіряючи електронну пошту; *phoneslinger* – людина, яка дуже швидко користується своїм телефоном і друкує текстові повідомлення.

Програми, феномени та процеси, які можна виконувати за допомогою пристроїв: *spreware* – шпигунська програма для крадіжки інформації; *zenware* – програма, яка допомагає користувачеві сфокусуватися на поточному завданні; *BYOD (bring your own device)* – дозвіл використовувати на роботі власні мобільні пристрої для вирішення робочих завдань; *cramping* – додавання несподіваних коштів на рахунок мобільного телефону; *deep bro phone talk* – серйозна розмова між двома близькими друзями чоловічої статі; *number exhaust* – відсутність вільних номерів у телефонній системі; *cyberbullying* – спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку з метою залякування або погроз.

Фізичні, психологічні та ментальні проблеми, які виникають внаслідок надлишкового користування мобільним телефоном: *iPhone blindness* –

гострий стан людини, при якому вона нездатна згадати, чому він чи вона розблокувала свій iPhone; *phone anxiety* – коли хтось у досить незручній позі говорить по телефону і нервує або забуває, що сказав; *phubbing* – фаббінг (звичка відволікатися на мобільні пристрої замість того, щоб підтримувати розмову з реальним співрозмовником); *text message injury* – травми від стресу, викликані надмірним використанням великого пальця для друкування текстових повідомлень. У цій групі можна виділити дві додаткові підгрупи. До першої входять лексеми на позначення одержимостей: *appoholic* – людина, що схильна до завантаження непотрібних додатків; *Mac Nazi* – людина, схилена на продукції компанії Apple; *mobileholic* – людина, одержима мобільними телефонами. До другої належать лексеми на позначення фобій: *nomophobia* – страх залишитися без мобільного телефону або без сигналу стільникового зв'язку; *phonaphobic* – страх розмовляти по телефону; *phoneaphobia* – страх, коли хтось інший торкається телефону і може забруднити його.

часові проміжки, що визначаються для виконання завдання: *digital detox* – час, який людина присвячує реальному світу; *Instagram prime time* – час, протягом якого стрічка Instagram швидко оновлюється; *mobile moment* – кожен раз, коли ви берете смартфон, щоб знайти відповідь або рішення в Інтернеті.

Служби, що можна замовити по телефону: *dial-a (dialphone)* – служба, яку можна замовити по телефону; *dial-a-meal* – замовити їжу по телефону та *telephone triage* – медична консультацію по телефону.

В кількісному відношенні, найбільш чисельними є групи назв пристроїв та їх типів, явищ, пов'язаних з мобільними пристроями та людей як користувачів пристроїв комунікації. Викликає занепокоєння значна кількість неологізмів групи проблем, що виникають внаслідок надлишкового користування мобільними телефонами, оскільки вона невинно збільшується.

Отже, як переконливо доводить лексико-семантичний аналіз англійських новотворів сфери мобільного зв'язку, функції неологізму не обмежуються найменуванням нового предмету чи явища дійсності та уточненням деталей. Новоутворення покликані привертати увагу, оскільки формування семантики неологізму є результатом лінгво-креативної діяльності, пов'язаної з переходом нової одиниці з індивідуального конкретного вживання у використання мовним співтовариством.