МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ МЕДІАТЕКСТІ

Виконав: студент 2 курсу, гр. 8.0354-мк
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації «Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська»
освітньо-професійної програми
«Переклад та міжкультурні комунікації»
_____ В. В. Коваленко
Керівник _____ доц. К. В. Тарасенко
Рецензент _____доц. І. Л. Мацегора

ЗАПОРІЖЖЯ
2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *філологічний*
Кафедра *слов'янської філології*
Освітній рівень *магістр*
Спеціальність *035 «Філологія»*
Спеціалізація *035.033 «Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша –польська»*
Освітня програма *«Переклад та міжкультурні комунікації»*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
слов'янської філології
Павленко І. Я.
_____
"___"_____2025 р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Коваленка Віктора Володимировича

1. Тема роботи: Специфіка функціонування та перекладу неологізмів у сучасному польськомовному медіатексті
керівник роботи – *к.філол.н., доц. Тарасенко К. В.*
затверджені наказом ЗНУ від "13" березня 2025 року № 396-с.

2. Строк подання студентом роботи 20.11.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: *польські медіатексти, монографії та статті, присвячені аналізованій проблемі О. Селіванова, Ю. Зацний, В. Гладка, М Шутова, Ю. Федорова, Д. Овчаренко та ін.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
   1) *Неологізм як об'єкт вивчення в сучасній філологічній науці;*
   2) *Неологізми в медіатекстах.*
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
немає

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	*Тарасенко К. В., доцент*	01.05.2025	01.06.2025
2	*Тарасенко К. В., доцент*	01.09.2025	01.11.2025
Вступ, висновки	*Тарасенко К. В., доцент*	01.11.2025	15.11.2025

7. Дата видачі завдання *10.05.2025 р.*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів написання дипломної Роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	*Збір та систематизація матеріалу*	*травень-червень 2025 р.*	*виконано*
2	*Аналіз науково-критичної літератури з обраної проблеми*	*липень 2025 р.*	*виконано*
3	*Вступ*	*серпень 2025 р.*	*виконано*
4	*Розділ 1. Неологізм як об'єкт вивчення в сучасній філологічній науці;*	*вересень 2025 р.*	*виконано*
5	*Розділ 2.Неологізми в медіатекстах.*	*жовтень 2025 р.*	*виконано*
6	*Висновки*	*листопад 2025 р.*	*виконано*
7	*Оформлення роботи*	*листопад 2025 р.*	*виконано*
8	*Захист роботи*	*грудень 2025 р.*	*виконано*

Студент _____ _____Коваленко В. В._____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи_____ __ Тарасенко К. В._____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено.
Нормоконтролер_____ ___ Мацегора І. Л**.** _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи 58 с, 48 джерел

ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ – неологізми в польській мові.

ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ – лексичні одиниці в польській мові.

МЕТА – визначення специфіки функціонування та перекладу польських неологізмів в сучасних польськомовних медіа.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання:

- осмислити поняття «неологізм» в світлі сучасних філологічних студій;
- проаналізувати класифікації неологізмів та окреслити фактори їхньої появи;
- надати тематичну класифікацію неологізмів в сучасних польських медіа;
- дослідити специфіку функціонування, структурно-семантичні особливості та переклад неологізмів в сучасних польських медіа.

АКТУАЛЬНІСТЬ роботи полягає в тому, що осмислюються неологізми періоду 2020-2025 років крізь оптику міжкультурної комунікації та перекладу, зокрема в контексті сучасного сталого розвитку. Також вивчення неологізмів, зокрема їхній зв’язок із українською мовою суттєво стимулює до вивчення польської мови.

НАУКОВА НОВИЗНА полягає в тому, що ця розвідка є однією із тих робіт, в яких створюється цілісна стереоскопічна картина формування польської лексики в певний історичний проміжок часу, зокрема в 2020-2025 роках.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ – Метод суцільної вибірки, метод контент аналізу, лексикографічний метод, метод семантичного аналізу, метод перекладацького аналізу

ГАЛУЗЬ ЗАСТОСУВАННЯ: результати дослідження можуть бути застосовані для розроблення міждисциплінарних навчальних курсів.

СТРУКТУРА РОБОТИ: дослідження складається зі вступу, двох розділів з підрозділами, висновків, списку використаної літератури.

ПОЛЬСЬКА МОВА, НЕОЛОГІЗМ, МЕДІАТЕКСТ, ПЕРЕКЛАД, МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

ABSTRACT

OBJECT OF THE RESEARCH – neologisms in the Polish language.

SUBJECT OF THE RESEARCH – lexical units in the Polish language.

This research AIMS to determine the specifics of the functioning of Polish neologisms in modern Polish media;

To achieve the goal, the following tasks are to be fulfilled:

- to analyze critically the concept of 'neologism' in the light of contemporary philological studies;
- to analyse classifications of neologisms and identify the factors contributing to their emergence;
- to provide a thematic classification of neologisms in contemporary Polish media;
- to investigate the specifics of the functioning, structural and semantic features, and translation of neologisms in contemporary Polish media.

THE RELEVANCE of the work is in the fact that neologisms from the period 2020-2025 are seen through the prism of intercultural communication and translation, particularly in the context of contemporary sustainable development. Furthermore, the study of neologisms, particularly their connection to the Ukrainian language, significantly stimulates the study of the Polish language.

THE SCIENTIFIC NOVELTY is in the fact that this study is one of those works that creates a comprehensive stereoscopic picture of the formation of Polish vocabulary in a specific historical period, in particular in 2020-2025.

RESEARCH METHODS: comprehensive sampling method, content analysis method, lexicographic method, semantic analysis method, translation analysis method

FIELD OF APPLICATION: the results of the study can be used to develop interdisciplinary training courses.

STRUCTURE OF THE WORK: the study consists of an introduction, two chapters with subchapters, conclusions, and a list of references.

POLISH LANGUAGE, NEOLOGISM, MEDIA TEXT, TRANSLATION, INTERCULTURAL COMMUNICATION

ЗМІСТ

ВСТУП…… 7

РОЗДІЛ 1 НЕОЛОГІЗМ ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ ФІЛОЛОГІЧНІЙ НАУЦІ…….. 11

1.1 Неологізація як лінгвістичний процес. Дефініції та ключові ознаки поняття «неологізм» в сучасній науці. …… 11

1.2 Класифікація неологізмів та шляхи поповнення словникового складу…. 11

1.3 Методологія аналізу неологізмів. Переклад неологізмів в медіатекстах як проблема ……. 18

РОЗДІЛ 2 НЕОЛОГІЗМИ В МЕДІАТЕКСТАХ…….. 27

2.1 Різновиди польськомовних медіа. Тематична класифікація неологізмів.. 30

2.2 Особливості вживання та перекладу неологізмів..... 30

ВИСНОВКИ……...… 42

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ……... 48

ВСТУП

Сучасні процеси в суспільстві, зміни в економічному, політичному житті країни знаходять своє відображення в різних сферах життя, зокрема, в філологічних науках. В мовленні, а також в медіа та словниках з'являються нові поняття, які виникають як реакція на суспільні явища та водночас є стимуляторами для розвитку міжкультурної комунікації. Тут власне поєднується суто прагматичний компонент мови та водночас емоційні та оцінні конотації того чи іншого слова або неологізму.

Як вельми слушно зауважує І. Павленко, яка досліджує польські пісні в аспекті міжкультурної комунікації, вони є «експресивним відгуком на те, що відбувається і змінює нас та світ навколо» [18, с. 230]». Із нею солідарізується і К. Тарасенко, який підкреслює, що «епоха розвитку «штучного інтелекту» та діджиталізація майже всіх сфер життя спричинили доволі цікавий аксіологічний феномен, сутність якого полягає в тому, що поряд із прагматично-орієнтованими дослідженнями з'являються наукові розвідки, націлені на вивчення культурно-мистецьких практик синкретичного характеру, зокрема в царині міжкультурної комунікації» [26, с. 122].

Особливо сьогодні процес вивчення перекладу як виду міжкультурної комунікації є дуже важливим, коли велика кількість неологізмів в польськомовному світі дуже тісно пов'язана із соціально-політичною ситуацією в світі в цілому, та в Україні зокрема, вимога адекватного перекладу соціально-політичних реалій постає як нагальна необхідність. Варто підкреслити, що у фокусі наукового пошуку все частіше опиняються нові явища, зокрема неологізми, вивчення яких вимагає необхідних вмінь, знань та компетенцій.

Вельми цікавим та багатообіцяючим в цьому аспекті є неологізми, які не тільки є джерелом поповнення лексичного складу мови, але й також маркерами розвитку соціокультурної ситуації, тими ключовими ментальними тригерами

людської уяви та думки, що свідчать про розвиток пошуку нових ідей та концепцій на перетині філології та інших гуманітарних наук.

До дослідження неологізмів зверталися такі вчені як О. Селіванова [19], Ю. Зацний [9; 8], В. Гладка [13], М. Шутова [33], Д. Борис [2], О. Стишов [20; 21], Ю. Федорова, Д. Овчаренко [34] та ін. Втім, вивчення саме польських неологізмів все ще залишається своєрідною *terra incognita*, що вимагає більш детального та глибинного вивчення.

Тож, **актуальність** цієї роботи полягає в тому, що в ній осмислюються неологізми періоду 2020-2025 років крізь оптику міжкультурної комунікації та перекладу, зокрема в контексті сучасного сталого розвитку. Також вивчення неологізмів, зокрема їхній зв'язок із українською мовою суттєво стимулює до вивчення польської мови.

Об'єкт дослідження – неологізми в польській мові.

Предмет роботи – лексичні одиниці в польській мові.

Метою роботи є визначення специфіки функціонування та перекладу польських неологізмів в сучасних польськомовних медіа.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі **завдання:**

- осмислити поняття «неологізм» в світлі сучасних філологічних студій;
- проаналізувати класифікації неологізмів та окреслити фактори їхньої появи;
- надати тематичну класифікацію неологізмів в сучасних польських медіа;
- дослідити специфіку функціонування, структурно-семантичні особливості та переклад неологізмів в сучасних польських медіа.

Дослідження виконано **на матеріалі** польськомовних медіатекстів, зокрема таких видань як Gazeta Wyborcza [48], Rzeczpospolita [47], Newsweek.pl [42], Polityka.pl [45], Gazeta Powiatowa [39], Forum [40] а також словників Wielki słownik języka polskiego [43], Slownik jezyka polskiego PWN [44], інтернет-джерел, таких як *Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok*. В науковій розвідці було також

застосовано теоретичні роботи з тематики дослідження, релеватні методологічні праці.

У роботі було використано такі **методи дослідження**: ***метод суцільної вибірки***, ***метод контент аналізу***, ***лексикографічний метод***. Завдяки ***методу зіставлення та порівняння***, оцінки, ***методу перекладацького аналізу*** вдалося визначити специфіку функціонування та перекладу неологізмів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що ця розвідка є однією із тих робіт, в яких створюється цілісна стереоскопічна картина формування польської лексики в певний історичний проміжок часу, зокрема в 2020-2025 роках.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що в ній систематизовано наукову інформацію щодо терміну «неологізм» та запропоновано класифікацію неологізмів. Це певною мірою є цінним підґрунтям до практично-орієнтованих спостережень, а також надає стимул до подальших досліджень.

Практичне значення роботи полягає в тому що результати дослідження можуть бути застосовані для розроблення таких навчальних курсів, як «Польська мова», «Практика перекладу з польської мови», «Міжкультурна комунікація» та багатьох міждисциплінарних спецкурсів на кшталт «Польське медіамовлення», «Польська сленгова лексика» та ін.

Структуру роботи зумовлено науковою логікою дослідження, його метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (48 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок.

РОЗДІЛ І
НЕОЛОГІЗМ ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ ФІЛОЛОГІЧНІЙ НАУЦІ

1.1 Неологізація як лінгвістичний процес. Дефініції та ключові ознаки поняття «неологізм» в сучасній науці.

Розвиток мови зумовлено значною мірою розвитком її словотворчої системи, становленням нових словотворчих моделей слів, зміною існуючих, збільшенням або зменшенням їх продуктивності і багатьма іншими факторами словотвірного процесу. Створення нових слів здійснюється, перш за все, як відображення в мові потреб суспільства у вираженні нових понять, що постійно виникають у результаті розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин. Встановлення тенденцій розвитку словотворчих процесів у мові, вдосконалення теорії і практики лексикографії та ін. завжди були найважливішими проблемами лексикології.

Неологізми є неодмінного складовою лексичного запасу будь-якої мови: їх поява завжди супроводжується новими подіями або віяннями в суспільному житті, житті міста або країни. Вони дають уявлення про ті соціокультурні, гуманітарні або технічні процеси, які зараз на часі.

За вельми слушним спостереженням І. Андрусяк, «процес словникового складу описується як процес безперервного зросту» [1, с 12], тож питома вага неологізмів збільшується по мірі розвитку мови та суспільства. Як підмічає Ж. Колоїз, «неологізм ототожнюється із новим словом або значенням» [11, с. 55]. Як пишуть І. Шумська та Д. Ходжикян, «нові слова виникають як результат появи нових трендів і викликів в будь якій сфері існування людини» [32, с. 43].

Втім, неогізми можуть і переходити до загальновживаного словника мови, як пишуть дослідники, «згодом деякі нові слова стають загальновживаними та

міцно закріплюються у мові повсякденного спілкування та входять до складу активного словникового запасу» [3, с. 19].

Питома вага неологізмів є настільки великою в мові, що свого часу сформувалася ціла наука, яка має назву неологія. Як вельми слушно зазначає з цього приводу Б. Кемада: «Мова, яка не знає жодної форми неології, уже була б мертвою мовою, і не можна заперечувати, що історія всіх наших мов – це, коротше, лише історія їх неології» [39, с. 175].

Нагадаймо, що розпочинали вивчення неологізмів у філологічній науці саме французькі вчені: починаючи з праць А. Дармстетера, французька лінгвістична школа внесла значний внесок в розвиток науки під назвою неологія. Якщо говорити про напрямки розвитку цієї науки, то, як стверджує Р. Філд, в сучасній неології виокремлюються два вектори досліджень: лінгвістичний та культурологічний [36, с. 221].

В цій роботі робитиметься акцент більше на культурологічному аспекті вивчення неологізмів, а саме у фокусі уваги перебуватиме саме соціокультурна ситуація як в контексті виникнення, так і в контексті перекладу. Це дослідження виконане в рамках освітньої програми «Переклад та міжкультурна комунікація», яка пов’язана із вивченням польської мови.

Про процеси неологізації в польській мові вельми слушно зазначила польська дослідниця Е. Єнджейко: «XX століття характеризувалося особливою динамікою: польська суспільно-політична ситуація змінювалася неодноразово і радикально, розвиток науки і техніки прискорив трансформацію менталітету, бурхливо розвивались засоби масової інформації, поширювались нові моделі життя і спілкування, змінюючи традиційні зразки. Результатом стала більша, ніж будь-коли раніше, стратифікація загальної мови, але також і певна гомогенізація, варіативність норм і умовностей, своєрідна плутанина стилів і жанрів. Сьогодні це пов'язано з глобалізацією і медіатизацією культури, темпом життя, інструментально-маркетинговим характером соціальних комунікацій, де

швидкість інформації, отримання соціальної комунікації, швидкість інформування, охоплення аудиторії, ефективність інколи стають важливіше за естетику чи правильність мови» [37, с. 9].

Якщо брати епоху XXI століття, то джерелом для появи неологізмів став розвиток інтернет-технологій, онлайн платформ та цифрової гуманітаристики. В такому контексті вельми слушною та доречною видається думка К. Тарасенка, який зазначає: «епоха розвитку «штучного інтелекту» та діджиталізація майже всіх сфер життя спричинили доволі цікавий аксіологічний феномен, сутність якого полягає в тому, що поряд із прагматично-орієнтованими дослідженнями з'являються наукові розвідки, націлені на вивчення культурно-мистецьких практик синкретичного характеру, зокрема в царині міжкультурної комунікації» [25, с. 122].

Процес неологізації в сучасній польській мові є доволі інтенсивним зокрема за часів російсько-української війни. Про це пишуть багато дослідників, зокрема, А. Гладченко, О. Комарова, зазначають, що «для неологізмів періоду війни властивим є емоційне забарвлення, часто іронічне або саркастичне» [14, с. 7].

Як зауважує дослідник польсько-української пісенної взаємодії К. Тарасенко, «польська нація доволі швидко зреагувала на події в Україні, при чому ця реакція відбулася і на культурній ниві, що свідчить про «полонізацію українського» та «українізацію польського» … просторів» [25, с. 123].

Яскравим прикладом швидкої реакції на події в Україні стала поява чисельних польсько-українських музичних проєктів, пісень російсько-української війни, які за вельми слушним спостереженням І. Павленко, є «експресивним відгуком на те, що відбувається і змінює нас та світ навколо» [18, с. 230]». В них наявні чисельні неологізми польської мови, які репрезентують суто українські реалії буття.

Нажаль мусимо констатувати той факт, що російсько-українська війна

спричинила появу великої кількості неологізмів як в українській, так і в польській мовах. Як зауважує С. Гриценко, «Мовним маркером російсько-української війни 2022 р. стали новотвори, які закумулювали в собі весь спектр емоцій українського народу до агресора, його політичних поплічників у Європі та світі, а також ставлення українців до бездіяльності та пасивності переважної більшості росіян» [15, с. 13].

Подібну думку висловлює і Т. Городзиловська, яка пише, що «російсько-українська війна спричинила потужний вплив на мову, на зміну її лексичного складу, привела до творення нових слів і зворотів, зміни або розширення їхньої семантичної палітри, появи нових конотацій, а також збільшення запозичень у мові» [16, с 55].

Таким чином, в контексті пожвавлення наукового інтересу до вивчення неологізмів та міжкультурної комунікації, зокрема в карколомні періоди історії країни, логічним є огляд ключових ознак та дефініцій неологізмів, які описано у роботах О. Селіванова [19], Ю. Зацний [9; 8], В Гладка [14], М. Шутова [33], Д. Борис [2], О. Стишов [20], Яриновська [35], Ю. Федорова, Д. Овчаренко [34] та ін.

Процес вивчення неологізмів в мові є явищем безперервним. Навіть ті неологізми, які є не досить вдалими з точки зору функціонування в мові або ж менш вживаними не є лексичними невдачами, а ланкою у розвитку мови. Доречі, аналогічний процес можемо спостерігати і в літературі: за вельми слушним зауваженням К. Тарасенка, «історико-літературний процес є явищем безперервним, тож у ньому будь-які літературні шедеври, як, до речі, й будь-які творчі невдачі, можуть бути лише точками перегинів і ніколи – точками розривів» [24, с. 1].

Однією з невирішених проблем неології є проблема самого терміну «неологізм», який має велику кількість дефініцій та за вельми слушним

спостереженням В. Гладкої, що «незважаючи на давню традицію його вивчення, залишається досить суперечливим» [13, с. 170].

Тезу про суперечливість іманентної природи неологізму знаходимо і у працях Ю. Зацного: «визначення неологізмів як слів або зворотів, що створені для позначення нового (раніше відомого) предмета або для вираження нового поняття, не можна вважати вичерпним, оскільки таке визначення включає не всі різновиди інновацій. Використання інших критеріїв (денотативного, стилістичного, лексикографічного) також не охоплює всіх неологізмів» [8, с. 5]. Таким чином, можна спостерігати той факт, что вже на рівні визначення цього поняття йдеться про неоднозначність терміну, множинність його інтерпретацій та смислів, а також сферу застосування. Розглянемо запропоновані дефініції та ключові ознаки неологізмів детальніше.

Як зазначають Ю. Федорова та Д. Овчаренко, «найпростіша дефініція неологізму – (грецьк. néos – новий та lógos – слово) слово або словосполучення, поява яких зумовлена мовними потребами. Однак попри простоту, ця дефініція не є стовідсотково коректною, оскільки всі «нові слова» об’єктивно відрізняються за своєю природою» [34, с. 271].

Параметри, які б розрізняли б групи неологізмів виокремлює Д. Борис неологізм можна визначити як одиницю лексичного або фразеологічного рівня, яка характеризується абсолютною або відносною новизною за актуалізаційним, генетичним, глосематичним, денотативним і/або мовно-мовленнєвим параметрами. [2, с. 59]. Прописуючи ступені новизни неологізмів, Д. Борис виокремлює дві проблеми поняття «неологізм», такі як дискусійний характер новизни того чи іншого терміну, а також обмеженість тих мовних рівнів, на яких ці неологізми функціонують.

Дослідник О. Стишов зазначає, що «неологізми – це слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з’явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять …використані

одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті» [21, с.14].

Вчений також окреслює чинники появи неологізмів та окреслює сфери функціонування : «слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також оказіоналізми (індивідуально-авторські новації), використані одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті; новизну цих номінацій ще усвідомлюють мовці; вони належать до пасивного шару лексики» [20, с. 32].

Визначення дослідника ще раз доводить, що неологізм є доволі складним для розуміння лінгвістичним явищем. Його природа, походження та тематичні сфери вживання є настільки широкими, що його дуже складно вкласти в «прокрустово ложе» чітких дефініцій. Також у роботі О. Стишова позначена ще одна термінологічна проблема, а саме питання про тлумачення таких термінів як «оказіоналізм» та «неологізм».

Як вважає К. Яриновська, «деякі мовознавці протиставляють оказіоналізм і неологізм наступним чином: оказіоналізм розглядається як одиниця мовлення, яка виникає безпосередньо під час мовлення в конкретних мовленнєвих ситуаціях, має автора і здебільшого виникає випадково; неологізм розглядається як одиниця мови, яка існує окремо від контексту, здатна до відтворення, є загальномовною і виникає відповідно до законів і під тиском системи певної мови, досить закономірно. [35, с. 120].

Про неологізми пише О. Селіванова: «Неологізм – слово чи сполука, використанні мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття, чи набуття одиницями мови нових значень» [19, с. 504]. Дослідниця переконливо доводить, що «уведення неологізмів зумовлене синергетичним

параметром самоорганізації та збереження мови, тенденцями її розвитку, мовної економії та надмірності, стереотипізацією…» [19, с. 504].

До вивчення неологізмів, зокрема до процесів розширення їхнього словникового складу, долучаються також такі дослідники як Н. Новохатська та Н. Білоус [17], а також інші дослідники, така як О. Дзюбіна [4], Л. Довбня, Т. Товкайло [5], М. Жулинська [6; 7].

В роботах відмічається дискусійний характер вивчення терміну «неологізм» та наголошується на його складній природі, яка все ще потребує осмислення. Тож, незважаючи на той факт, що власне поняття «неологізм» вже достатньо вивчене в сучасній науці, все ще деякі аспекти залишаються не вивченими. Зокрема, на думку М. Шутової, осмислення та рефлексії потребують ще такі питання як:

- «проблема залучення новоутворення до неологізмів, як довго слово повинне використовуватися в мові, щоб вважатися неологізмом і потрапити в словник;

- необхідність створення особливих словникових статей або приміток, які дозволяють

- маркувати неологізми, оскільки існуюча система незручна та не враховує соціальної диференціації мови;

- нечіткість у стилістичній характеристиці неологізмів, а отже, і в питанні про віднесеність до неологізмів сленгових одиниць, професіоналізмів, термінів та інших шарів лексики» [33, с. 82].

Таким чином, аналіз наукових розвідок продемонстрував, що поняття «неологізм» та його ключові складові все ще є предметом чисельних дискусій. Теза про складність, неоднозначність та суперечливість неологізмів вже давно стала загальним місцем в роботах лінгвістів. Це зумовлено і тими швидкими процесами глобалізації та цифровізації, соціальними, економічними та політичними подіями, які пришвидшують процес оновлення мови. Зокрема

каталізатором неологізмів в польській та українській мові, на жаль, стала російсько-українська війна.

Множинність інтерпретації поняття «неологізм» та його складових зумовлена тим, що тематичний діапазон цього поняття є доволі широким, оскільки неологізми присвячені політичній, військовій, компьютерній, економічній, спортивній, культурній, освітній, дипломатичній та іншим тематичним групам.

Зокрема значний вплив на формування неологізмів відіграє фактор розповсюдженості англійської мови, тобто тотальній «англізації» понять зокрема в сфері інформаційних технологій. Тож в наступному розділі роботи йтиметься про групи неологізмів, їхню структуру та шляхи поповнення словникового складу мови. Це більш чітко надасть нам можливість розробити стратегію дослідження неологізмів та їхнього перекладу в практичному розділі магістерського дослідження.

1.2 Класифікація неологізмів та шляхи поповнення словникового складу

Одним із важливих питань при аналізі неологізмів є їхня класифікація, точніше проблема розподілу неологізмів за різними критеріями, оскільки незважаючи на велику кількість підходів, єдиної класифікації неологізмів все ще не розроблено. Про походження неологізмів в мові доволі слушно зазначає Н. Стаптулат, «інновації з’являються в мові на основі вже наявних словесних знаків і як власне деривaційні утворення, і як результат появи у старих слів нових значень. Крім цього, збагачення словника відбувається і за рахунок запозичень» [23, с. 70].

До осмислення класифікації неологізмів зверталися такі дослідники як Ж. Колоїз [11], О. Селіванова [19], Ю. Теглівець [30], Ю. Зацний [9], О. Дзюбіна [4], К. Яриновська [35]та інші. Розглянемо ці концепції детальніше.

Авторка «Лінгвістичної Енциклопедії» (2001) О. Селіванова розподіляє неологізми на такі групи за критерієм способу введення до мови:

- «лексичні (новотвори або запозичення);
- семантичні (нові значення слів)» [19, с. 504].

За критерієм авторства дослідниця виоремлює:

- загальномовні неологізми;
- оказіоналізми» [19, с. 504].

Продуктивними способами творення неологізмів О. Селіванова вважає:

- «креація;
- деривація (морфологічна, неморфологічна);
- калькування;
- запозичення» [19, с. 504].

Як вважає Ю. Теглівець, серед основних критеріїв, за якими неологізми можна ідентифікувати, йдеться про наступне:

- «неологізми-синоніми до наявних у мові слів;
- лексеми на позначення нових реалій;
- неологізми, що розширюють семантику вихідної лексеми;
- лексеми пасивного фонду лексики, що в певний момент стали активними, наповнивши зміст додатковим значенням» [30, с. 35].

Як вважає Ю. Зацний, неологізми можна розподілити на:

- «лексичні (нові слова);
- фразеологічні (нові стійкі словосполучення);
- семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або нові семантичні варіанти стійких словосполучень);
-словотворчі інновації», що матеріально втілюються в нових словотворчих

елементах (у «нематеріальному вигляді» вони представлені також новими словотворчими моделями)» [9, с. 7].

Існує ще одна класифікація, авторкою якої є українська дослідниця О. Дзюбіна:

- «Неолексеми – нові слова, які є результатом запозичення;
- Неофраземи – нові стійкі сполучення слів із ідіоматичною семантикою;
- Неосемеми – нові значення старих слів» [4, с. 38].

Як бачимо, існує чимала кількість груп неологізмів, в основу розподілу яких покладено різні критерії. Щодо причин появи такої великої групи неологізмів, то йдеться саме про екстралінгвістичні та внутрішньо-лінгвістичні фактори.

Як вважають О. Сеньків та О. Литеняка, «до екстралінгвістичних факторів можна віднести стан суспільства, зміст суспільної свідомості, рівень суспільних потреб, досягнення у сфері культури, а також в області науки і техніки. Внутрішньолінгвістичні фактори визначаються наявністю величезного мовного потенціалу оновлення мовних засобів» [20, с. 380].

Як вже було зазначено вище, неологізм та оказіоналізм є тотожниим поняттями. Дотичним до поняття «неологізм», як вважає Ж. Колоїз, є поняття «оказіоналізм», яке дослідниця трактує як «прототипи кожного загальномовного неологізму» [11, с. 62].

У роботі Ж. Колоїз також надано класифікацію неологізмів. Запропоновано розрізняти такі види новоутворень як:

- «оказіональний неологізм, який функціонує тільки в межах певної ситуації;
- узуальний неологізм, який функціонує поза межами контексту;
- узуальний неологізм, який вже увійшов в загальноприйняту мову» [11, с. 80].

Чимала кількість класифікацій неологізмів міститься у роботі К. Яриновської. Дослідниця пропонує розрізняти неологізми за цілою низкою

критеріїв. Перший з них – «за видом означуваного поняття або явища» [35, с. 121]:

– «нові реалії: слова, що позначають нові поняття або явища;

– старі реалії: слова, які надають нове значення вже існуючим поняттям або явищам;

– актуалізовані реалії: слова, які надають новий актуальний контекст вже існуючим поняттям або явищам;

– реалії, що вимирають: слова, які вживаються для позначення вимираючих понять або явищ». [Цит. за 35, с. 121].

Другий критерій - За ступенем новизни мовної одиниці: [35,.с. 121]:

– «абсолютні неологізми (сильні): слова, яких раніше не було в мові.

– відносні неологізми (слабкі): слова, які існували або існують у мові, але отримали нове значення» [Цит. за 35, с. 121].

Третій критерій – «за способом утворення» [35, с. 121].:

– «запозичені: слова, які були запозичені з інших мов.

– словотвірні: слова, що були створені за допомогою словотвірних моделей конкретної мови.

- семантичні: слова, що були утворені через переосмислення слів, які вже існують у мові, включаючи метафоричні, метонімічні, звуження або розширення значення тощо» [Цит. за 35, с. 121].

Четвертий критерій – «за рівнем соціалізації» [35, с. 121]:

– «узуальні неологізми: слова, які вже ввійшли в мовну систему.

– оказіональні неологізми: слова мовлення, які можуть бути розділені на потенціоналізми (слова, які згодом можуть стати узуальними неологізмами);

- індивідуально-авторські неологізми» [Цит. за 35, с. 121].

П’ята класифікація – «За типом освоєння» [35, с. 121]:

– «моментальні входження: це неологізми, що виникають одночасно з появою важливих та актуальних понять і реалій. Вони з’являються у мовленні

практично миттєво, коли суспільство стикається з новими явищами або поняттями. – поступові входження: це неологізми, які апробуються в мові через вживання в синонімічних рядах. Їх поширення у мові відбувається плавно, і вони конкурують з уже існуючими словами, що позначають подібні поняття;

– поступові входження: це неологізми, які апробуються в мові через вживання в синонімічних рядах. Їх поширення у мові відбувається плавно, і вони конкурують з уже існуючими словами, що позначають подібні поняття;

– несподівані (випадкові) входження: це оказіональні текстові утворення, які, після тривалого вживання у мові і під впливом соціальної апробації, врешті-решт входять до нормативного словника. Ці неологізми зазвичай починають як випадкові, но потім стають більш поширеними і затвердженими в мовленні» [Цит. за 35, с. 121].

Запропоновані класифікації переконливо демонструють природу неологізму, його здатність утворюватися як відповідь на виклики сучасності та доволі репрезентативним явищем з точки зору міжкультурної комунікації. Зазначимо, що фактор появи нового слова в мові має корелюватися із тим соціокультурним контекстом, в якому він виник, а також із прагматичними потребами суспільства.

Щодо польсько-українських відносин, то маємо як факт спорідненість польської та української мови, їхньої граматичної системи, а також співпадіння в лексичному складі, хоча тут і не обійтися без «хибних» друзів перекладача. Також доволі потужними є тенденції до поповнення словникового складу в сучасній польській мові або, як їх ще називають, процеси неологізації.

Розглянемо детальніше шляхи неологізації в польській мові.

Першим фактором, який дуже відчутно впливає на розвиток мови є велика кількість англомовних запозичень, які вже стали частиною мови. Процес «англізації» польської мови зумовлений, по-перше, інтернаціональним

характером мови, по-друге, універсалізацією в контексті міжнародного спілкування.

Цікаво, але варто підкреслити, що найбільшими сферами поповнення є:

- «Екологія (вербалізуються 27,98%, що становить 68 неологізмів);

– Біологія та Медицина (вербалізуються 18,52%, що становить 45 неологізмів);

– ІТ-технології (вербалізуються 16,46%, що становить 40 неологізмів);

– Біотехнології (вербалізуються 16,05%, що становить 39 неологізмів)» [34, с. 274].

Тенденція впливу англіцизмів і неологізації польської мови дуже переконливо описана в публікації Ю. Шемечко та О. Лозинської «Функціонування нових номінативних англіцизмів у сучасному туристичному дискурсі (на матеріалі польськомовних онлайн-блогів)» [31]. В статті зазначено, що англіцизми, які за природою і є неологізмами можна розподілити на такі категорії:

- «одиниці, що міцно ввійшли до лексичної норми польської мови (наприклад, лексему non stop фіксують усі сучасні тлумачні словники);

- одиниці, ступінь поширення яких зростає (вони ввійшли лише до деяких словників, наприклад, *jet lag i lockdown – WSJP i Dobry SJP, small talk – SJP PWN i Dobry SJP*, натомість, лексему *biforka* – лише *WSJP, afterparty, all-inclusive* – лише *SJP PWN, must see, zero waste* – лише *Dobry SJP*);

- одиниці, які лише проникають у польську мову і є рідко використовуваними, через що жодний із сучасних словників польської мови їх не кодифікує: *Black Market, bucket list, bushcraft, couchsurfing, lesswaste, majgajver (macgyver), route*» [31].

В такому контексті необхідно розрізняти між англіцизмом та запозиченням. На думку А. Кравчук: «Термін «запозичення» можна використовувати у ширшому та вужчому значенні. Запозичення у ширшому значенні – це іншомовні

у структурі окремої мови слова, фразеологізми, типи дериватів, синтаксичні конструкції, тобто кожен елемент іншомовного походження у структурі рідної мови. У вужчому значенні цей термін обмежується лексичними запозиченнями…» [12, с.137-138].

Серед найпоширеніших англіцизмів популярних здебільшого серед молоді знаходимо такі:

-неологізми сфери бізнесу *marketing, menedżer, lider*;

-неологізми сфери культури *pop, rock, poster*;

-неологізми сфери спорту *skydiving, tenis, aerobik*;

- неологізми технічної та комп'ютерної сфери *fotografia, smartfon, smartwatch, hashtag*

- нелологізми сфери їжа *drink, chipsy, lunch;*

- неологізми сфери освіти *stakeholder.*

Також варто підкреслити, що в нашому посвякденному житті англіцизми витісняють лексику рідної мови:

- *deadline* ми говоримо «*дедлайн*» замість «*останній термін виконання*»

- *reception* замість «*стійка адміністратора*»;

- *dress code* «замість форма одягу»;

- *VIP* ("very important person") замість «*дуже поважна персона*».

З одного боку така інтернаціоналізація сприяє кращому розумінню між людьми, з іншого – вона негативно впливає саме на розвиток рідної мови, коли іншомовні слова домінують у монолозі або діалозі.

Другим фактором, який суттєво впливає на появу неологізмів або новоутворень в медіатексті – це **необхідність вживання різних засобів переконання в медіатексті**, в якому на перший план проступає персуазивність, намагання переконати читача, а отже, як зазначають Ю. Брайко та С. Радецька, «Найважливішою лінгвістичною ознакою газетно-публіцистичного стилю є тісна взаємодія і взаємопроникнення експресивних, емоційно-мовних засобів та

стандартних, широко вживаних у даному стилі мови, засобів» [3, с. 18]. Нагадаймо, що мова ЗМІ є найбільшим джерелом поповнення лексичного складу мови, так, в польській мові новими запозиченнями можна назвати *media społecznościowe, lifestylowy, bloger.*

Тут можна спостерігати процеси суфіксації, які допомагають зробити мовлення більш емоційним. Доволі розповсюдженими прикладами є:

- суфікс *k*- (наприклад, *pies – piesek* , *kwiat – kwiatek*);
- суфікс *eczk* (наприклад, *lalka – laleczka*);
- суфікси -aszek-, -uszek-, -iszek-, -yszek- (приміром, *wujek – wujaszek*);
- суфікси-ik-, -yk- (приміром, *koń – konik*).

Третій фактор неологізації в польській мові – це виникнення нових життєвих реалій, а саме розвиток штучного інтелекту, економічні події у суспільстві, пандемія або війна. Останній фактор, на жаль, є найбільш репрезентативним прикладом поповнення лексики, як в польській, так і в українській мовах. Зазначимо, що коли йдеться про такі споріднені нації, як польска та українська, то процес міжмовної та міжкультурної взаємодії віжмувається постійно, особливо актуалізуючись в призову моменти або певні карколомні події.

Четвертим фактором неологізації є наявність запозичень з різних мов. Ці слова увійшли в мовлення як з перекладом, так і без нього, перетворившись на загальновживані терміни, яким в аспекті перекладу притаманна безбар'єрність.

Їх можна розподілити на такі групи як:

1. Суспільно-політична лексика. Тут виділяють дві підгрупи:

а. Соціальні відносини і явища, наприклад:

- *yakuza* - японський хуліган або гангстер (яп.)
- *Chozrim* - євреї, які повернулися до Ізраїлю після еміграції (івр.);

б. Політика, наприклад:

- *Franquista* - послідовник політики іспанського диктатора Франко (ісп.)

- *brigatisti* - члени терористичної організації «Червоні бригади» (італ)

-*(Al)fatah* - найбільша партизанська група організації визволення Палестини.

2.Культура. Наприклад:

- *cafe theatre* – кафе- театр (місце де читають лекції і дають вистави)

- *policier* - детективний роман/фільм (обидва запозичення з французької)

- *hayashi* - японський оркестр (яп.)

- *salsa* - карібська танцювальна музика, що нагадує мамбо, з елементами джазу та рок-музики (ісп.)

3.Фінанси. У цій тематичній групі переважають назви грошових одиниць країн Африки та Азії, наприклад:

- Свазіленду-*Lilangeni* «ліланген і» (банту)

- Екваторіальної Гвінеї - *ekpwele* «екуеле» та ін.

4.Кулінарія. Сюди увійшли запозичення з французької, італійської, іспанської, грецької, китайської та ін. мов, наприклад:

- *calzone*- високий пиріг з сиром (італ.)

- *burrito*- маїсові млинчики з начинкою з яловичини, сиру і смажених бобів (ісп.)

- *hoisin sause*- густий темно-червоний соус із сої, часнику і різноманітних приправ (кит.)

5.Наука. Наприклад:

- *bioplasma*- біоплазма

- *aulacogen- (*геол.) аулакоген

6. Спорт. У цій тематичній групі переважають запозичення з японської мови, наприклад:

- *iaido* - японський різновид фехтування

- *basho*- п’ятнадцятиматчевий турнір з боротьби сумо та ін.

7. Релігія. Наприклад:

- *satsang* - індуська проповідь (санскрит)

- *zazen*- медитація у дзен будизмі (яп.)

- *sesshin* - тривалий період усамітнення і медитації у дзен будизмі (яп.)

8. Медицина. Наприклад:

- *shiatsu* - різновид масажу, який знімає біль, втому і тд. (яп.);

Таким чином, аналіз класифікацій неологізмів продемонстрував, що існує чимало критеріїв для їхнього розподілу, а сам діапазон неологізмів є напрочуд широким. Це стосується і тематики, і походження (генезису), і формування, і функціонування неологізмів.

Продемонстровано фактори появи неологізмів в польській мові – це і потужний вплив англійської мови, і власне сама природа медіатексту, яка вимагає різного емотивного окрасу та стратегій переконання читача, що і впливає на появу нових слів, а також ті реалії повсякдення, із якими стикається читач.

Особливу увагу привертають неологізми, пов’язані із сферою громадського та політичного життя, а також ті неологізми, які виникають під час карколомних подій в житті країни. Так, російсько-українська війна стала поживним грунтом для неологізації польської мови, при чому неологізація відбувається як в польській, так і в українській мовах. З точки зору перекладу, міжкультурної комунікації та перекладу як міжкультурної комунікації неологізми є цікавим та перспективним явищем, яке неодмінно потребує осмислення.

1.3 Методологія аналізу неологізмів. Переклад неологізмів в медіатекстах як проблема

Функціональний підхід до вивчення неологізмів свідчить про закріпленість даних одиниць за певними сферами комунікації. Як показують кількісні дані, соціально-політична сфера стає одним із головних джерел

неологізмів-словосполучень на межі століть, що, безумовно, пов'язано з бурхливим розвитком суспільно-політичного життя людства у теперішні часи.

Варто підкреслити, що неологізми, особливо в суспільно-політичній сфері завжди цікавим з точки зору перекладу та корисним з точки зору вивчення іноземної мови явищем. Вони відображають суспільно-політичну картину у світі та за допомогою них ми можемо спостерігати зрушення у часі.

Засоби масової інформації є одним із елементів громадського життя, який найактивніше реагує на будь-які зміни в суспільстві. Здатність швидко охоплювати великі аудиторії дає їм змогу формувати суспільну думку та впливати на громадську свідомість. Ось чому мова засобів масової інформації, зокрема неологізми та їх функціонування у ЗМІ, – важлива й актуальна проблема сучасних досліджень. Суттєві зрушення, що мали місце у загальній структурі функціонування соціуму, а саме: в політиці, економіці, ідеології, культурі, побуті останнього десятиліття, безперечно позначилися і на мові, яка фіксує наслідки різноманітних змін у суспільній свідомості, перетворень природного соціального і природного середовища, історичних подій, що відбуваються в усіх сферах суспільного життя.

Розробка алгоритму дослідження неологізмів є необхідним кроком для їхнього дослідження. Саме комплексний аналіз неологізмів польської мови, вивчення їхніх мовних, семантичних та соціокультурних характеристик є необхідною аналітичною процедурою для аналізу. В рамках цієї роботи увага приділятиметься медіатекстам, а отже врахування особливостей таких текстів також є одним із необхідних кроків.

Думається, що комплексне поєднання методів як філологічних, так і методів соціальних комунікацій забезпечуватиме комплексний підхід до аналізу неологізмів в цій магістерській роботі. Пропишемо приблизний алгоритм аналізу неологізмів.

Першим кроком в роботі є саме вивчення жанрової специфіки медіатексту, який слугуватиме джерелом для аналізу. Саме від тематики тексту, а також від його жанрової специфіки (журнали, газети, статті, новини, соціальні мережі, інтерв'ю, репортажі, онлайн-видання) залежить функціонування неологізму, а також особливості його перекладу. В цьому випадку варто було б долучити ***метод контент-аналізу.***

Наступним кроком буде виокремлення неологізму, за критеріями, які було описано в минулих розділах роботи. Зазначимо, що релевантним для дослідження визначення неологізму та його класифікації, надані О. Селівановою, Ж. Колоїз, Д. Яриновською.

Метод лексикографічний, який полягає в тому, щоб з'ясувати, чи вже не потрапила лексична одиниця до словника неологізмів або до словника загальновживаних слів. Тут варто звернути увагу насамперед на частотність вживання неологізму та на його вживаність в мові, «вписуваність» в контекст медіатексту і оригіналі, а також акцентувати увагу на шляхи його перекладу.

Семантичний аналіз, ***метод зіставлення та порівняння*** стануть в нагоді, коли йтиметься про ті варіанти перекладу неологізма, які можуть виникати в процесі аналізу тексту оригіналу та перекладу. Зазначимо, що медіатекст як текст оригіналу має особливу лексичну організацію. Так, серед лексико-синтаксичних особливостей медіатексту знаходимо наступне:

- «високий ступінь стандартизації використовуваних засобів: великий відсоток стійких виразів, журналістські штампи, метафори, терміни та ін.

- експресивність мови як спосіб залучення уваги читача, вираження ставлення до інформації, що передається, розташування оціночних акцентів, наявність оціночних епітетів, прямих звернень до читача.

- насиченість найрізноманітнішими реаліями і цитатами.

- використання розмовної, сленгової і ненормативної лексики.

- широке використання образної фразеології та ідіоматичної лексики, у тому числі «деформованих» ідіом, гри слів, каламбурів, прислів'їв і приказок.

- особлива риса письмових текстів ЗМІ (і особлива перекладацька проблема)

– газетні і журнальні заголовки, побудовані на грі слів, на каламбурах» [3, с. 18-19].

Як бачимо, ***метод перекладацького аналізу*** стане в нагоді в цій роботі. Варто підкреслити, що цей метод вимагає неабиякого хисту та майстерності від перекладача. Так, він має володіти так званими «фоновими знаннями». Нагадаймо, що поняття «фонові знання» − це один із ключових термінів когнітивної лінгвістики, який використовують під час обговорення екстралінгвістичних аспектів комунікаційного процесу [10, с. 87].

Переклад медіатексту може являти собою певні труднощі, зокрема, одним із так званих «викликів» перекладача є використання системи штучного інтелекту в процесі перекладу. Найбільш репрезентативною в цій сфері є галузь інформаційних технологій, навіть було введено термін «інфонеологізм», який впровадила в науковий обіг дослідниця М. Жулінська. Втім, незважаючи на той факт, що *Deepl, MatCat, GoogleTranslator, Snapchat* все ж таки є потужними інструментами для перекладача, як цілком слушно вважають К. Тарасенко та А. Тименко саме «особистість перекладача, зокрема його здатність аналізувати «дух та букву перекладу» ще довгий час буде вирішальною в процесі створення вдалого перекладацького продукту» [29, с. 82].

Про переклад медіатексту та сферу обізнаності перекладача власне пишуть К. Тарасенко та В. Білошапка, «сфера його компетенції значно ширша – він має бути обізнаним в різних сферах життя та буття, враховувати і колорит медіатексту, і мовну специфіку, і фактор інтертекстуальності, і його жанрово-стильові особливості» [27, с. 144-145].

Дуже цікавими та перспективними для аналізу є медіатексти на антропологічну тематику. Такі типи медіатекстів органічно поєднують в собі різнохарактерні жанрові елементи.

Як характеризують антропологічний медіатекст К. Тарасенко та В. Кононова, «його жанрова парадигма має гетерогенний характер: він поєднує в собі риси і наукового тексту з огляду на точність, інформативність, логічність та об'єктивність, і науково-популярного тексту, де фактаж розбавлено наближеними для рівня розуміння читача текстовими пасажами пояснювального характеру, і культурологічного, публіцистичного або ж соціологічного тексту, де наявні текстові пасажі відповідної тематики та стилістики» [28, с. 1209].

Матеріалом для наступного розділу стануть і як словники польської мови, так і публікації в польській пресі, зокрема які відображатимуть сучасний стан подій в країні.

РОЗДІЛ 2
НЕОЛОГІЗМИ В МЕДІАТЕКСТАХ

2.1 Різновиди польськомовних медіа. Тематична класифікація неологізмів

Польськомовний медіатекст як текст оригіналу є доволі складним та цікавим об'єктом вивчення, оскільки в ньому знаходимо не тільки власне неологізми, але й також складні синтаксичні конструкції, ідіоматичні звороти, ігру слів, метафори. Він є джерелом поповнення лексичного складу мови, оскільки саме медіа перші реагують на нові події в країні, соціальні, економічні, політичні тенденції.

Варто не забувати також про те, що в польській журналістиці існує дуже велика кількість медіаджерел різної тематики та різної функціональної спрямованості. У такий спосіб реалізуючи алгоритм, описаний в теоретичній частині роботи, проаналізуємо спочатку власне джерела медіатекстів та їхні лексичні особливості.

Аналіз медіаджерел дозволяє зробити наступну тематичну класифікацію медіа:

- Щоденні медіа:

- медіа, які формують суспільні погляди: *«Dziennik», «Gazeta Prawna», «Gazeta Wyborcza», «Nasz Dziennik», «Polska», «Rzeczpospolita», «Trybuna», «Gazeta Polska», «Codziennie»;*

- таблоїди: *«Fakt», «Super Express»;*

- медіа економічної тематики: *«Dziennik», «Gazeta Prawna», «Parkiet», «Gazeta Giełdy» , «Puls Biznesu»;*

- медіа рекламні: *«Anonse», «Giełda Samochodowa» (два рази на тиждень), «Oferta»;*

- спортивні медіа: *«Przegląd Sportowy», «Sport».*

- Тижневі медіа:

- медіа, які формують суспільні погляди: *«Do Rzeczy», «Gazeta Polska», «Newsweek Polska», «Polityka», «Przegląd», «w Sieci», «Wprost», «Forum», «Gazeta Powiatowa», «Najwyższy Czas».*

- суспільно-політичні медіа: «Angora», «Tygodnik Solidarność», «Warszawska Gazeta»;

- «жіночі» медіа: «Chwila dla Ciebie», «Kobieta i Życie», «Pani Domu», «Życie na Gorąco»;

- католицькі медіа «Niedziela», «Gość Niedzielny», «Przewodnik Katolicki», «Tygodnik Powszechny», «Źródło»;

- спортивні медіа: «Piłka Nożna», «Tygodnik Kibica», «Tylko Piłka», «Tygodnik Żużlowy»;

- економічні медіа: «Twój Biznes», «Bloomberg». «Businesweek Polska»

- «медіа для дітей: «Angorka» (razem z Angorą);

- географічні медіа: «Atlas Polski»;

- українські медіа : «Nasze słowo»;

- езотеричні медіа: «Gwiazdy mówią».

Аналіз цих медіа виявив доволі цікаву тенденцію, оскільки поряд із медіа, які власне формують суспільну думку, а саме «*Do Rzeczy», «Gazeta Polska», «Newsweek Polska», «Polityka», «Przegląd», «w Sieci», «Wprost», «Forum», «Gazeta Powiatowa», «Najwyższy Czas», «Dziennik», «Gazeta Prawna», «Gazeta Wyborcza», «Nasz Dziennik», «Polska», «Rzeczpospolita», «Trybuna», «Gazeta Polska», «Codziennie»* знаходимо і відносно нові медіа, на кшталт «Nasze słowo», який є суто українським виданням та став популярним за часів російсько-української війни. Тематичний діапазон цих медіатекстів є доволі широким, втім, для аналізу, думається варто обрати саме ті, які формують візії та сучасний світогляд, тож сфокусуємо нашу увагу саме на цих медіаджерелах.

Лексичний аналіз цих джерел показує, що вони належать до так званої «високої» журналістики, оскільки в текстах ми знаходимо здебільшого стилістично нейтральну лексику, відсутність жаргонних слів, коректне висловлювання думок. Функціональний підхід до вивчення неологізмів свідчить про закріпленість даних одиниць за певними сферами комунікації. Як показують кількісні дані, соціально-політична сфера стає одним із головних джерел неологізмів-словосполучень на межі століть, що, безумовно, пов'язано з бурхливим розвитком суспільно-політичного життя людства у теперішні часи.

Польськомовні медіатексти, які ми аналізуватимемо в цьому підзрозділі, зібрано з таких видань як *Gazeta Wyborcza ,Rzeczpospolita , Newsweek.pl Polityka.pl, Gazeta Powiatowa Forum,* а також словників *Wielki słownik języka polskiego*, *Slownik jezyka polskiego PWN,* інтернет-джерел, таких як *Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok*. Всі приклади, які наведено в дослідницькій частині цієї роботи, взято із джерел ілюстративного матеріалу, представленого в переліку використаних джерел [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48].

В цьому підрозділі аналізуватимуться як медіатексти, представлені в офіційних джерелах, так і медіатексти, які взято із інтернет-джерел. Подібний розподіл зумовлений тим, що мовні регістри, цензура та інші фактори суттєво впливають на ті процеси, які ми аналізуватимемо: це стосується і особливостей вживання лексики, і її культурологічних характеристик, а також специфіки перекладу такої лексики.

Пропонуємо таку тематичну класифікацію неологізмів, взятих із офіційних медіа:

- Політичні та суспільно-економічні неологізми, що пов'язані з війною та міжнародною політикою:

- «*putinflacja* – інфляція, спричинена діями Путіна/Росії;

- *bidenflacja* – інфляція за президентства Байдена;

- *ukrainocentryczny* – україноцентричний;

- zachodniarz - людина із Заходу, яка працює в інтересах путіна;

- frontoza – кризові явища, спричинені фронтом;

- dron-samobójca – дрон-безпілотник» [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48].

- Неологізми сфери охорони здоров'я, пов'язані із пандемією COVID-19:

- covidiota – людина, що поводиться нерозумно під час пандемії;

- koronaferie – канікули/перерва через коронавірус;

- antyszczepionkowcy – противники вакцинації;

- zdalka – дистанційне навчання/робота [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48].

-Неологізми економічної тематики або пов'язані із засобами економічного впливу

- «*poduszkowce inflacyjne*- подушка безпеки, викликана інфляцією;

- *pakłożerczy* - той, що потребує коштовну упаковку;

- *klimatyczny home office* - домашній офіс з міркувань економії енергії, а не пандемії»

- *pakłożerczy* – споживає багато пакування» [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48].

- Цифрові та інтернет-неологізми або пов'язані із сучасними технологіями

-«lajki/dyslajki – вподобайки / дислайки;

- smombie» – людина, яка йде, втопившись у смартфоні;

- cyfrowy detoks – цифрова детоксикація

- playlistyzacja – домінування плейлистів;

- sztuczny influencer» – AI-інфлюенсер

- metawers – метавсесвіт;

- algorytmizacja» – підпорядкування алгоритмам» [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48].

- Неологізми, пов'язані з суспільною дискусією та соціальними явищами:

- «betoniarz – консервативна, непоступлива людина (у політичному сленгу);

- hejto-higiena – внутрішні правила "чистої" мови ненависті в певній групі;

- węzeł gordyjski – невирішувана проблема;

- rodzice ogórkowi – учасники специфічного символічного протесту

- polityczny unboxing – формат політичного маркетингу, запозичений з YouTube» [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48]. .

- Неологізми у сфері побуту та споживання:

- cichograje / cichograjce – навушники;

- klimatyczny home office – домашній офіс з енергетичних міркувань;

- kluboza – бум відкриття невеликих клубів» [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48]. .

- Неологізми, пов'язані з правом та державним управлінням:

«lex Tusk – закон, сприймається як спрямований проти конкретної особи;

Lex Kaczyński, Lex TVN – аналогічні політичні конструкції минулих років» [39, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48].

Як бачимо, офіційні медіа є доволі чутливими до тих процесів, які трапляються у суспільстві та миттєво реагують на ті виклики, з якими стикається польське суспільство. Приміром, неочікувана епідемія коронавірусу, що вибухнула в далекому 2021 році одразу ж почала відрефлектовуватися на сторінках медіа, зокрема в аспекті появи нової лексики.

Що одним доволі смутним фактором, який інтенсифікував появу нових лексичних одиниць стало повномасштабне вторгнення рф в Україну, коли поява нових військових реалій, а також лексики, яка укорінилася в мовленні як поляків, так і біженців з України стало хіба що не мейнстримом в лексичній карті світу польської мови.

Зауважимо також, що відбувалася і полонізація українського мовного простору, так і українізація польськомовного простору, оскільки польська мова та українська мова є доволі схожими мовами, а їхні носії без проблем розуміють один одного.

Аналіз текстів соцмереж, зокрема таких як Facebook, Twitter, Instagram продемонстрував дещо відмінні тематичні групи новоутворень. Розглянемо ці групи детальніше:

Перша група на позначення статусів, поведінки або характеристик людини:

- Rizz / Rizzować – харизма, вміння фліртувати/зачаровувати.

- Sigma/Sigma grindset – архетип самотнього, успішного та холоднокровного альфа-самця, який сфокусований на своїх цілях

- Gyatt/Gyat – вигук подиву (часто на гарні форми, особливо в контексті "глянцю")

- Skibidi/Skibidi Toilet – втратило пряме значення (з вірусного відеоряду), стало вигуком абсурду, хаосу, безглуздої поведінки

- Fanum Tax – жартівливе "стягнення податку", коли хтось забирає їжу у іншої людини.

Друга група позначає радше дії, процеси, реакції:

- Vibe check / Zrobić vibe check – оцінити атмосферу, настрій людини чи місця;

- Cap / No cap – "брехня" / "правда, без брехні".

- Gatekeep, gaslight, girlboss – іронічна триада дій сучасної жінки (приховати, маніпулювати, бути босом).

- Simp / Simpować – надмірно захоплюватися, "підлещуватися" до когось (особливо до жінки).

- Ghostować/Ghosting – раптово перестати відповідати на повідомлення, *зникнути.*

- *Shipować / Ship* – підтримувати романтичну пару (від «relationship»).

Третя група позначає конкретні явища або ж меми:

- Chillować – відпочивати, розслаблятися (від «chill»).

- Dress code – стало вживатися не тільки для одягу, а й для певної естетики чи поведінки.

- E-boy / E-girl – онлайн-естетика: важкі черевики, ланцюги, кислотні кольори.

Проаналізовані групи неологізмів, які взято із офіційних джерел, а також із соцмереж презентують дещо різну тематику. Якщо перша група фокусується на актуальних проблемах в суспільстві і радше констатує те чи інше явище, то неологізми другої групи належать до більш маргінального лексичного прошарку, а також мають більш оцінний характер. Це також впливає і на репрезентованість сфер життя, як видно із аналізу, пріоритетною сферою є політико-економічна сфера, яка пов’язана із війною та пандемією, а також цифорва сфера, яка дуже швидко розвивається.

Як бачимо, неологізми часто мають експресивне, іронічне чи сатиричне забарвлення, створюються шляхом словоскладання, префіксації або запозичення. Молодіжний сленг та інтернет-мем-культура стали потужним джерелом нової лексики, яка швидко проникає в медіа-дискурс.

2.2 Особливості вживання та перекладу неологізмів

В цьому підрозділі буде розглянуто неологізми, їхнє походження, особливості вживання, а також контекст, який є дуже важливим, і переклад на українську. Було відібрано ті неологізми, які виникли в період війни або за останні 5 років, що відображають явища в сучасній польській мові.

В цій частині роботи ми не розділяли неологізми за категоріями, але враховували їхню частотність вживання, а також особливості функціонування в мові.

Також в цьому підрозділі роботи ми звертали увагу на більше детальному розборі неологізму, його соціокультурному контексту, структурно-семантичним

особливостям, а також особливостям перекладу, тож пріоритет віддається не кількості проаналізованих неологізмів, а більш детальному аналізу обраних.

Доволі цікавим є неологізм *ukrainocentryczn*y, який свою чергу пішов від терміну . Структурно-словотвірний аналіз цього неологізму демонструє , що в основі міститься географічні власна назва *Ukraina*, а отже маємо чітку геополітичну прив'язку. До цієї основи додається сполучувальний елемент *–o* та друга основа *–centryczny*, яка має грецьке походження. Цей неологізм сформовано в мові поряд із такими словами як *etnocentryczny, eurocentryczny, egocentryczny.*

Його семантика має доволі важливе значення, оскільки саме Україна домінує в медійному просторі після 2022 року, вона є одним із пріоритетних напрямків зовнішньої політики, а також в контексті того, що питання, пов'язані з Україною, сприймаються як ключові, центральні для розуміння сучасного світу та власного місця в ньому. Також введення в широкий обіг цього неологізму переконливо демонструє глибоку трансформацію суспільної свідомості поляків, для яких Україна перестала бути далеким «східним сусідом», а стала центральною проблемою національної безпеки та ідентичності. Щодо перекладу, то в цьому випадку «україноцентричний» є точною структурною калькою, зрозумілою та граматично правильною.

Наступний доволі цікавий неологізм, який з'явився від час російсько-української війни - це лексема «nieputin», яка є доволі репрезентативним явищем з точки зору міжкультурної комунікації. Поява неологізмів в польській мові на тему російсько-української війни стала потужним явищем в розвитку мови, на що вказують дослідники. Наведемо приклади. Як вірно пише І. Павленко, хоча в її роботі маються на увазі пісні російсько-української війни, вони є «експресивним відгуком на те, що відбувається і змінює нас та світ навколо» [18, с. 230]». Як зазначає К. Тарасенко, «польська нація доволі швидко зреагувала на події в Україні, при чому ця реакція відбулася і на культурній ниві, що свідчить про

«полонізацію українського» та «українізацію польського» … просторів» [26, с. 123].

Тож розберемо цей неологізм детальніше. Він побудований за моделлю префіксації *nie-* , що має негативне значення та основи – *putin*. Зазначимо, що в польській мові існують слова такі як *nie-wojna* на позначення стану, що не є війною, але має її ознаки. Думається, що в сучасному контексті цей неологізм не просто заперечує, алей відкриває ту «культуру відміни» або тотальний *cancel*, події, зустрічі, домовленості, де немає путіна. В більш ширшому явище цей неологізм можна інтерпретувати як політика або дипломатія, що ведеться всупереч політиці рф, а також можливий гіпотетичний розвиток рф без її керманича.

Дуже цікавими є варіанти перекладу цього неологізму. Річ у тім, що він належить до явищ, які доволі складно перекласти. Простий відповідник є неможливим через широкий контекст, а отже тут можуть бути такі варіанти перекладу:

- описовий переклад. Тобто «зустріч/переговори без участі путіна», який доволі точно передає зміст, втім, повністю втрачає стилістику, іронію та лаконічність оригіналу.

- транслітерація із поясненням, тобто «*nieputin*» (у лапках) з приміткою в тексті або виноскою.

Важливим є те, що при перекладі варто не просто передати значення, але й відтворити той ефект, який цей неологізм навіює на читача. Переклад в цьому випадку вимагає від перекладача не лише лінгвістичної, а й глибокої культурологічної компетенції та креативності, щоб знайти або створити в цільовій мові (українській) лексичну одиницю, що виконує ту саму роль, що й оригінал у мові джерела (польській).

Типовим для польських медійних джерел є термін «biedasmog», який було утворено за допомогою словоскладання, тобто одного із найпродуктивніших засобів в мові.

Перша основа *bieda* означає бідноту та злидні, а друга -smog (від англ. smoke + fog) означає густий туман. Це слово з'явилося в текстах медіа, коли описувалося фізичне явище забруднення повітря, спричинене використанням найдешевших та найбрудніших палив, на кшталт несортованого вугілля, відходів або пластику, для опалення помешкань через фінансову неспроможність мешканців придбати якісне паливо або модернізувати систему опалення. Цей терміни вживається на позначення соціально-економічних умов, він є більше ніж неологізм. Цей неологізм спочатку існував в мовленні, а потім метафоризувався і перетворився на символ соціальної нерівності та несправедливості.

Думається, що найбільш продуктивним засобом перекладу буде транслітерація з поясненням у лапках та з коментарем у тексті, оскільки в цьому випадку зберігається аура оригіналу як культурний маркер або ж неологізм, що перетворився на інструмент соціальної діагностики.

Наступний неологізм, який має вплив англійської мови, - «*sztuczny influencer*», створений за типовою словотвірною моделлю «прикметник» + іменник: *sztuczny (штучний) + influencer (інфлюенсер)*. Зазначимо, що sztuczny в польській мові має семантику — протиставлення природному, автентичному, органічному, тоді як influencer (інфлюенсер) є англійським запозиченням, яке не потребує перекладу.

Ймовірно, що поява цього терміна - це реакція польської мови на глобальне явище штучного інтелекту. Цікавим є той факт, що гіпотетично в мові могло було б бути 2 англіцизми, приміром, virtual influencer, але в польській мові було використано власний прикметник *sztuczny*, який вказує на відсутність автентичності, а отже має радше негативну конотацію.

Оптимальним перекладом для більшості контекстів є «*штучний інфлюенсер*». Він передає і семантику, і можливу оцінну конотацію, і є органічним для української мови. Цей варіант найкраще виконує роль функціонального еквівалента, викликаючи в української аудиторії той самий набір асоціацій, а саме технологічність та непевність щодо автентичності, що й оригінал в польській. В деяких випадках, думається можна і вжити спосіб «*sztuczny influencer*», тобто залишити цитату як вона є.

Дуже часто в мовленні українському чи іноземному зустрічаються міфологічні алюзії або ж ремінісценції. І польська мова не є виключенням. Так, в останніх медійних публікаціях з'явився вираз «*węzeł gordyjski*», коли йшлося про опис певної проблеми. Нагадаймо, що цей вираз має античне (грецьке) коріння: в храмі Зевса в Гордіоні знаходився заплутаний вузол, який мав назву «гордіїв вузол». Згідно з міфом, той хто його розв'яже, стане володарем Азії і вдалося це саме Олександру Македонському, який замість розпутування розрубав вузол мечем. Відтак, розрубити «гордіїв вузол» стало позначати доволі складну проблему, яку неможливо вирішити звичайними методами та вона вимагає радикального, нестандартного підходу до розв'язання.

В сучасній польській мові цей вираз знаходить нову інтерпретацію: його вживають на позначення конкретних, хронічних, політично заангажованих та навмисно невирішуваних суперечностей (наприклад, аборти, судова реформа, відносини з ЄС, війна в Україні та ін.). Приміром, цей зворот вживається у заголовку публікації «*Polityka azylowa. Jak przeciąć* ***gordyjski węzeł*** *graniczny?*» [46], де йдеться про нагальне суперечливе питання змін в політиці щодо біженців з України. Саме у поєднанні із риторичним питанням цей вираз модифікує своє первинне значення та набуває нової конотації, яка поєднує в собі різний спектр емоцій. Думається, що в цьому випадку мається на увазі проблема, яку політики не хочуть або не можуть вирішити, але постійно експлуатують в якості піар-ходу.

Зауважимо, що в культурології цей вираз є зрозумілим як для слов'янських, так і для германських та романських мов, тобто можна говорити про універсальність цього кліше. Розглянемо детальніше варіанти перекладу цього виразу:

- пряма калька, а саме: «гордіїв вузол». Хоча цей класичний та канонічний варіант перекладу вірно передає етимологію та значення, втім, він не спроможний передати ту ауру та «момент впливу» на реципієнта, яку цей вираз містить в оригінальній трактовці. Тож для українського читача цей вираз так і залишиться метафорою, а не медійним штампом із певним емоційним забарвленням.

- описовий переклад («заплутаний вузол проблеми»), який хоча і зберігає метафору, втім також, як і в попередньому прикладі втрачає емоційний окрас та «момент впливу»;

- трансформація («тупик», «хронічна проблема», «невирішуване питання»). Цей варіант перекладу передає сутність, а не «дух оригіналу», тож він є не дуже вдалим;

- калькування з метамовним коментарем, тобто «так званий «гордіїв вузол» польської політики» може бути ймовірним варіантом для текстів аналітичної спрямованості, оскільки уточнення «так званий» наводить на думки про суто польський контекст або те, що цей вираз має специфічний підтекст, зрозумілий тільки полякам;

Думається, в цьому випадку завдання перекладача відтворити наявний культурний код та знайти в українській мові лексичний або фразеологічний еквівалент, що виконує ту саму функцію категорізації та оцінки політичної реальності, а не дотримуватися буквальної відповідності. Вдалим прикладом буде «gordyjski węzeł» взятий в лапки, а також супровідний коментар, який розкриє всю палітру цього виразу. Ймовірно, що цей вираз може претендувати на статус реалії польського життя.

Таким чином, укорінений в античності метафорично-влучний вираз «węzeł gordyjski» - це репрезентативний приклад того, як стара культурна форма набуває нового життя в національному медіа-дискурсі, стаючи викликом для перекладача, який мусить бути одночасно філологом, політологом і культурним посередником. Нагадаймо про необхідність мати фонові знання для перекладача, про що вже йшлося в попередніх розділах і було обов'язковим компонентом при роботі із такими текстовими фрагментами.

Перейдемо до неологізмів, які зустрічаються радше в текстах соціальних мереж, хоча і в офіційних джерелах вони можуть фігурувати як номени.

Доволі цікавим соціолінгвістичним явищем є вираз «*hejto-higiena*». Розберемо детальніше цей неологізм зі структурно-семантичної точки зору. Він створений шляхом поєднання двох основ, що поєднується голосною -о:

- перша основа *hejto-* походить від англійського слова *hate* – ненависть, тоді як польська форма адаптує це слово. Тут не маємо перекладати, оскільки англіцизми є зрозумілими для всіх.

- друга основа *higiena. Як бачимо, це* пряме запозичення з латини/грецької через західноєвропейські мови, що означає гігієну - набір правил та практик для збереження здоров'я. У переносному сенсі означає «порядок», «чистоту», «правила» у певній сфері.

Зазначимо, що це іронічний оксиморон, який позначає насамперед негласні правила в певних онлайн-спільнотах, стосовно того, кого можна «хейтити», а кого – ні. Амбівалентний концепт «гігієна», тобто чистота та «ненависть», тобто хаос та деструкція створюють дуальну картину світу із так званими «подвійними стандартами». Зазначимо, що тут сусідять іронія та сарказм і водночас створено комплексний соціально-психологічний конструкт, який доволі складно перекласти. Так, ймовірно, його можна транслювати українською мовою як:

- калька. Найбільш ймовірний варіант перекладу, оскільки в ньому зберігається і структура і іронія оксиморону;

- семантична калька та адаптація («гігієна хейту», «гігієна ненависті»), зберігає ключову метафору;

- трансформація («етика хейту»). Точно передає суть явища, але втрачає оригінальну іронічну форму;

- описовий переклад, тобто «негласні правила щодо того, кого можна «хейтити». Думається, що в цьому випадку втрачаються лаконічність, іронія та метафоричний потенціал.

Головний виклик для перекладача: передати не лише метафоричне значення, а й критично-іронічний підтекст інтонацію, а також соціологічне забарвлення цього медійного явища. та соціологічну глибину оригіналу. Переклад, орієнтований на українського реципієнта має не тільки розтлумачити термін в якості медійного явища, але й актуалізувати всі приховані тексти та контексти висловлювання, а також провокативний медійний потенціал цього неологізму.

До неологізмів, які доволі часто зустрічаються і медійних джерелах відносимо і такі:

- «*Vibe check / Zrobić vibe check* – оцінити атмосферу, настрій людини чи місця;

- *Cap / No cap* – «брехня» / «правда, без брехні»;

- *Gatekeep, gaslight, girlboss* – іронічна тріада дій сучасної жінки (приховати, маніпулювати, бути босом).

- Glow up – значно покращити свою зовнішність або життя;

- Be so for real – «серйозно?», «говориш правду?». Вираз недовіри.

- Touch grass – «піти на траву» – порада людині, занадто відірваній від реальності (часто через інтернет);

- Czadowe L / Czadowy Liquid – жаргонна назва популярного енергетика (в оригіналі – «Ceder's»);

- Chillować – відпочивати, розслаблятися (від «chill»);

- Dress code – стало вживатися не тільки для одягу, а й для певної естетики чи поведінки;

- E-boy / E-girl – онлайн-естетика: важкі черевики, ланцюги, кислотні кольори.

- Soft boy / Soft girl – протилежність e-boy/girl: ніжна, пастельна естетика» [43,44].

Варто підкреслити, що деякі із цих неологізмів мають англійське походження, тож «занглійщення» польського мовного простору має місце бути в сучасній польській мові. Втім, іноді вплив польської мови все ж таки відчувається, приміром, від англійського дієслова «to chill» плюс суто польский маркер дієслова на *–ować* формують гібридну форму, яка поєднує ознаки обох мов. В цьому випадку ми маємо і збереження семантики англійського слова, і натяки на власне польську ідентичність, тож, думається, що переклад тут має бути тільки такий, коли слово береться в лапки, а потім йде пояснення.

Таким чином, аналіз неологізмів із офіційних медіа, а також із соцмереж продемонстрував, що не варто проводити чітку демаркаційну лінію між цими неологізмами. Вони з'явилися в мовленні як своєрідний виклик на сучасні події в суспільстві та є не скільки мовними новаціями, скільки індикатором суспільних змін, як реакція на виклики часу (від «ukrainocentryczny» до «nieputin»), на соціально-економічні проблеми («biedasmog»), технологічний прогрес («sztuczny influencer») та виклики сучасної цифрової комунікації («hejto-higiena», «sigma grindset»).

Неологізми зазначені в цьому розділі виконують не лише номінативну, а й соціально-діагностичну функцію, концептуалізуючи нові явища та формулюючи ставлення до них. Зокрема ці неологізми є своєрідними засобами впливу, які формують у реципієнта необхідні уявлення про світ та реакції на те, що в ньому трапляється.

Зазначимо також, що кожен проаналізований неологізм вимагав виходу за межі лінгвістики до сфери культурології, політології та соціології. Приміром, розуміння сутності неологізму «*ukrainocentryczny*» неможливе без усвідомлення фонових знань перекладача щодо тенденцій у світовій геополітиці, «*biedasmog*» неможливе без аналізу соціального контексту, характерного саме для Польщі, «*hejto-higiena*» - без розуміння механізмів функціонування соцмереж.

Сучасні польські медійні неологізми є динамічним, гібридним і глибоко контекстуальним явищем. Їхнє вивчення та переклад демонструють, що мова не тільки відображає реальність, а й активні процеси в сучасному житті пропонуючи нові контексти для розуміння.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження можна констатувати, що неологізми є доволі потужним фактором розвитку польської мови.

Осмислення поняття «неологізм» в теоретичній частині дослідження продемонструвало, що воно все ще є предметом чисельних дискусій у роботах українських та зарубіжних науковців, зокрема в контексті його дефініції, а також складності, неоднозначності та суперечливості, що все стало загальним місцем в роботах вчених. Це пояснюється тим, що неможливо охопити всю сферу поняття «неологізм» в контексті його здатності реагувати на зміни в суспільстві. Це зумовлено і процесами глобалізації та цифровізації, соціальними, економічними та політичними подіями, які пришвидшують процес оновлення мови. Зокрема каталізатором неологізмів в польській та українській мові, на жаль, стала російсько-українська війна.

Множинність інтерпретації поняття «неологізм» та його складових зумовлена тим, що тематичний діапазон цього поняття є доволі широким, оскільки неологізми присвячені політичній, військовій, комп'ютерній, економічній, спортивній, культурній, освітній, дипломатичній та іншим тематичним групам.

Аналіз неологізмів, а також лінгвістичної ситуації в сучасних польських медіа дозволяє виокремити такі фактори неологізації польськомовного медіапростору як:

- значний вплив на формування неологізмів відіграє фактор розповсюдженості англійської мови, тобто тотальній «англізації» понять зокрема в сфері інформаційних технологій (*marketing, menedżer, lider; pop, rock, poster; skydiving, tenis, aerobik; fotografia, smartfon, smartwatch, hashtag, drink, chipsy, lunch; stakeholder*);

- необхідність вживання різних засобів переконання в медіатексті, в якому

на перший план проступає персуазивність, намагання переконати читача (*media społecznościowe, lifestylowy, bloger*, процеси суфіксації, які роблять мовлення більш емоційним (, pies – piesek , kwiat – kwiatek, wujek – wujaszek);

- наявність запозичень з інших мов, які міцно закріпилися в польській мові та стали загальновживаними словами без потреби у перекладі, а саме: calzone- високий пиріг з сиром (італ.), burrito- маїсові млинчики з начинкою з яловичини, сиру і смажених бобів (ісп.).

В другому, дослідницькому розділі роботи було запропоновано такі класифікації неологізмів:

- ***Політичні та суспільно-економічні неологізми, що пов'язані з війною та міжнародною політикою*** («putinflacja – інфляція, спричинена діями путіна/росії; bidenflacja – інфляція за президентства Байдена; ukrainocentryczny – україноцентричний; - zachodniarz людина із Заходу, яка працює в інтересах путіна; - frontoza – кризові явища, спричинені фронтом; - dron-samobójca – дрон-безпілотник»)

- ***Неологізми сфери охорони здоров'я, пов'язані із пандемією COVID-19*** (covidiota - людина, що поводиться нерозумно під час пандемії; - koronaferie – канікули/перерва через коронавірус; - antyszczepionkowcy – противники вакцинації; - zdalka – дистанційне навчання/робота)

- ***Неологізми економічної тематики або пов'язані із засобами економічного впливу*** (poduszkowce inflacyjne- подушка безпеки, викликана інфляцією; - pakłożerczy - той, що потребує коштовну упаковку; klimatyczny home office - домашній офіс з міркувань економії енергії, а не пандемії», pakłożerczy – споживає багато пакування»)

- ***Цифрові та інтернет-неологізми або пов'язані із сучасними технологіями*** («lajki/dyslajki – вподобайки / дислайки; smombie» – людина, яка йде, втопившись у смартфоні; cyfrowy detoks – цифрова детоксикація, playlistyzacja – домінування плейлистів)

-Неологізми, пов'язані з суспільною дискусією та соціальними явищами: «betoniarz – консервативна, непоступлива людина (у політичному сленгу); hejto-higiena – внутрішні правила "чистої" мови ненависті в певній групі; węzeł gordyjski – невирішувана проблема; rodzice ogórkowi – учасники специфічного символічного протесту)

- ***Неологізми у сфері побуту та споживання*** (cichograje / cichograjce – навушники; - klimatyczny home office – домашній офіс з енергетичних міркувань)

- ***Неологізми, пов'язані з правом та державним управлінням:*** («lex Tusk – закон, сприймається як спрямований проти конкретної особи; Lex Kaczyński, Lex TVN – аналогічні політичні конструкції минулих років»).

Таким чином, аналіз класифікацій неологізмів продемонстрував, що існує чимало критеріїв для їхнього розподілу, а сам діапазон неологізмів є напрочуд широким. Це стосується і тематики, і походження (генезису), і формування, і функціонування неологізмів. Продемонстровано, що фактори появи неологізмів в польській мові – це і потужний вплив англійської мови, і власне сама природа медіатексту, яка вимагає різного емотивного окрасу та стратегій переконання читача, що і впливає на появу нових слів, а також ті реалії повсякдення, із якими стикається читач.

Особливу увагу привертають неологізми, пов’язані із сферою громадського та політичного життя, а також ті неологізми, які виникають під час карколомних подій в житті країни. Так, російсько-українська війна стала поживним грунтом для неологізації польської мови, при чому неологізація відбувається як в польській, так і в українській мовах.

Аналіз неологізмів із офіційних медіа, а також із соцмереж продемонстрував, що не варто проводити чітку демаркаційну лінію між цими неологізмами. Вони з’явилися в мовленні як своєрідний виклик на сучасні події в суспільстві та є не скільки мовними новаціями, скільки індикатором суспільних змін, як реакція на виклики часу (від «ukrainocentryczny» до «nieputin»), на

соціально-економічні проблеми («biedasmog»), технологічний прогрес («sztuczny influencer») та виклики сучасної цифрової комунікації («hejto-higiena», «sigma grindset»).

Доволі цікавий неологізм, який з'явився від час російсько-української війни - це лексема «nieputin», яка є доволі репрезентативним явищем з точки зору міжкультурної комунікації. Поява неологізмів в польській мові на тему російсько-української війни стала потужним явищем в розвитку мови, на що вказують дослідники. Цей неологізм побудовано за моделлю префіксації nie- , що має негативне значення та основи – putin. Зазначимо, що в польській мові існують слова такі як nie-wojna на позначення стану, що не є війною, але має її ознаки. Думається, що в сучасному контексті цей неологізм не просто заперечує, алей відкриває ту «культуру відміни» або тотальний cancel, події, зустрічі, домовленості, де немає путіна. В більш ширшому явище цей неологізм можна інтерпретувати як політика або дипломатія, що ведеться всупереч політиці рф, а також можливий гіпотетичний розвиток рф без її керманича.

Зазначимо також, що кожен проаналізований неологізм вимагав виходу за межі лінгвістики до сфери культурології, політології та соціології. Приміром, розуміння сутності неологізму «ukrainocentryczny» неможливе без усвідомлення фонових знань перекладача щодо тенденцій у світовій геополітиці, «biedasmog» неможливе без аналізу соціального контексту, характерного саме для Польщі, «hejto-higiena» - без розуміння механізмів функціонування соцмереж.

Сучасні польські медійні неологізми є динамічним, гібридним і глибоко контекстуальним явищем. Їхнє вивчення та переклад демонструють, що мова не тільки відображає реальність, а й активні процеси в сучасному житті пропонуючи нові контексти для розуміння.

Робота з такими одиницями вимагає від дослідника та перекладача поєднання не тільки фонових знань, але й лінгвістичної точності, культурологічної чутливості та перекладацької гнучкості, що спрямована на

пошук не буквального відповідника, а концептуального еквівалента, здатного викликати в аудиторії цільової мови аналогічний комплекс уявлень та оцінок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрусяк І. Англійська новітня лексика сфери сімейного життя. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. Вип. 9(1). С. 12-17.

2. Борис Д. Проблема неоднозначності поняття ”неологізм” крізь призму лінгвофілософської теорії. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. *Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. 2015. № 3. С. 54-61.

3. Брайко Ю., Радецька С. Неологізми у текстах публіцистичного стилю. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. №48 (3). С. 17-19.

4. Дзюбіна О. Типологічні принципи класифікації неологізмів у сучасній англійській мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія.* 2018. Вип. 33(2). С. 38-40.

5. Довбня Л., Товкайло Т. Неологізми та їх відтворення в інтернетних засобах масової комунікації. *Society Document Communication*. № 14. 2022. С. 209-232.

6. Жулінська М. Сучасні тенденції створення англійських неологізмів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія».* Вип. 6 (74). 2019 р. С. 8-10.

7. Жулінська М. Афіксалізація як метод утворення англійських неологізмів сфери інформаційних технологій. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2009. № 6. С. 362-366.

8. Зацний Ю. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття. Англо-український словник. Вінниця : Нова книга. 2008. 360 с.

9. Зацний Ю. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС. 228с.

10. Мацегора І., Павленко І. , Тарасенко К. Теорія та історія перекладу : навчально-методичний посібник для підготовки до підсумкової атестації для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Філологія»,

спеціалізації «Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська», освітньо-професійної програми «Слов'янський переклад (польський)». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 122 с.

11. Колоїз Ж. Семантичні неологізми як результат семантичної деривації. *Вісник Харківського національного університету. Серія: Філологія*. 2005. Вип. 44. No 659. С. 6–11.

12. Кравчук А. Лексикологія і культура польської мови. Т. 1: Лексикологія, фразеологія, лексикографія. Київ: «Інкос». 848 с.

13. Гладка В. Поняття «неологізм» у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2009. Вип. 11. С. 170-177.

14. Гладченко А, Комарова О Неологізація лексики в період російсько-української війни. *Вчені записки ТНУ ім. В. Вернадського*. *Серія Філологія. Журналістика*. Том 34 (73) № 1 Ч. 1 2023. С. 7-13.

15. Гріценко С. Мовні інновації російсько-української війни 2022 року. *Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. 2 (23). 2022. С .9-13.

16. Городзіловська Г. Метафоризація як лексико-семаничний засіб творення воєнних неологізмів. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. 2023. №207. С. 54-61.

17. Новохатська Н. , Білоус Н. Способи творення та особливості функціонування неологізмів 2015-2017 років. *Наукові записки Національного* університету «Острозька академія»: Серія «Філологія≫, 2017. 1(64), С. 60-63.

18. Павленко І. Пісні російсько-української війни у контексті розвінчання радянських ідеологем . *Література й історія : матеріали Всеукраїнської наукової конференції*. Запоріжжя. 17–18 листопада 2022 р. Запоріжжя. 2022. С. 230 – 232.

19. Селіванова О. Термін // Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2011. 844 с.

20. Сеньків О., Летнянка О. Неологізми-скорочення в англомовних версіях міжнародних соцмереж. *Молодий вчений*. 2016. № 6. С. 379-386.

21. Стишов О. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця XX ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): автореф. дис. докт. філол. н: спец. 10.01.02 «Українська мова». Київ. 2003. 38 с.

22. Стишов О. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб. Біла Церква : «Авторитет», 2019. 198 с.

23. Стратулат Н. Семантична неологізація як спосіб збагачення словникового складу української мови. *Мовознавство*. 2007. No 3. С. 69–76.

24. Тарасенко К. Романістика Генрі Робертса в контексті англійської прози пізнього Ренесансу: автореф. дис. …канд. філол.н: спец. 10.01.04 «Література зарубіжних країн». Д. 2009. 20 с.

25. Тарасенко К. Сучасна польсько-українська пісенна взаємодія: парадокси рецепції крізь призму новітніх методологій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. Вип. 65. 2024. Одеса : Видавничий дом «Гельветика». С. 122–127.

26. Тарасенко К. Польсько-українська пісенна взаємодія часів російсько-української війни як соціокультурний феномен. Література в деталях: культурологічний аспект. Всеукраїнська наукова конференція (XXI Філологічні читання пам’яті Н. С. Шрейдер) : матеріали. Дніпро : Тріменс ЛТД, 2024. С. 105–106.

27. Тарасенко К., Білошапка В. Англомовний медіатекст в контексті перекладу : труднощі та виклики : тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції. Одеса, 22–23 жовтня 2021 р. Одеса : Центр філологічних досліджень, 2021. С. 144–146.

28. Тарасенко К., Кононова В. Лексичні особливості текстів антропологічної тематики // Тиждень науки-2022. Гуманітарний факультет : тези доповідей науково-практичної конференції. Запоріжжя, 18–22 квітня 2022 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 1209–1210.

29. Тарасенко К. , Тименко А. Перспективи перекладу англомовних неологізмів сфери ІТ в контексті появи системи штучного інтелекту // Тиждень науки-2023. Гуманітарний факультет : тези доповідей науково-практичної конференції. Запоріжжя, 22–28 квітня 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 80–82.

30. Теглівець Ю. Неологізми суспільно-політичної лексики // *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім "Гельветика". 2022. Т. 2. Вип. 22. С. 33–37

31. Шемечко Ю., Лозинська О. Функціонування нових номінативних англіцизмів у сучасному туристичному дискурсі (на матеріалі польськомовних онлайн-блогів) URL :chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/slavonic/article/viewFile/4461/pdf (дата звернення 20.09.2025).

32. Шумська І. , Ходжикян Д. Відмінність фонологічних неологізмів від номінативної лексики в англійській мові *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія «Філологія». 2023. №62. Т. 2. С. 43-46.

33. Шутова М. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛ. Серія. Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2015. Вип. 40. С. 79–85.

34. Федорова Ю., Овчаренко Д. Особливості мовної репрезентації неологізмів сфери «НАУКА». *Young Scientist*. № 12 (52). С. 270-275.

35. Яриновська К. Неолексеми періоду 2022–2024 року у сучасних слов'янських мовах (на матеріалі польської та української) *Науковий вісник*

Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». Вип. 65. 2024. Одеса : Видавничий дом «Гельветика». С. 119–123.

36. Fjeld R. Lexical Neography in Modern Norwegian. *Exploring Newspaper Language : Using the Web to Create and Investigate A Large Corpus of Modern Norwegian.* John Benjamins Publishing. 2012. P.221-240

37. Jędrzejko E. Składnia, style, teksty. Katowice : Gnome. 2005. S. 303.

38. Quemada B. A propos de la néologie. La banque des mots. Paris: CILF, 1971. № 2. p. 137–156.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

39. Gazeta Powiatowa URL : https://www.gazeta-info.pl/ (дата звернення 20.09.2025). (дата звернення 22.09.2025).

40. Forum URL : https://www.forumdwutygodnik.pl/ (дата звернення 22.09. 2025).

41. Najnowsze słownictwo polskie URL : https://www.nowewyrazy.uw.edu.pl /szukaj

42. Newsweek.pl URL : https://www.newsweek.pl/ (дата звернення 22.09.202 5).

43. Slownik jezyka polskiego PWN. URL : https://sjp.pwn.pl/ / Słownik języka polskiego. (дата звернення 22.09.2025).

44. Polański E. Wielki słownik języka polskiego. Krakowskie Wydawnictwo Naukowe. URL : https://filg.uj.edu.pl/documents/41616/4333145/1250 8-Manczak-Wohlfeld.pdf 22. (дата звернення 22.09.2025).

45. Polityka.pl. URL : https://www.polityka.pl/ (дата звернення 22.09.2025).

46. Polityka azylowa. Jak przeciąć gordyjski węzeł graniczny?. URL : htt ps://wyborcza.pl/7,75968,31724290,polityka-azylowa-jak-przetniemy-gordyjski-wezel-graniczny.html (дата звернення 22.09.2025).

47. Rzeczpospolita URL : https://www.rp.pl/ (дата звернення 22.09.2025).

48. Wyborcza. URL : https://wyborcza.pl/0,0.html (дата звернення 22.09.2025).

Декларація

академічної доброчесності

здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Коваленко Віктор Володимирович, студент 2-го курсу, форми навчання *денної*, факультету *філологічного* спеціальності *035 "Філологія" спеціалізації "Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша - польська"* освітньої програми *"Переклад (та міжкультурні комунікації»*,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Польська популярна пісня в українському культурному просторі»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

01.12.2025 _____ Коваленко В. В

01.12.2025 _____ (науковий керівник) Тарасенко К. В.

–