

УДК 811.111'373.43

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-4>

Наталія ДЕМЧЕНКО

асистент кафедри романо-германської філології та перекладу, Білоцерківський національний аграрний університет, пл. Соборна, 8/1, м. Біла Церква, Київська обл., Україна, 09117

ORCID: 0000-0001-8279-0613

Наталія БЕРЕГОВЕНКО

асистент кафедри романо-германської філології та перекладу, Білоцерківський національний аграрний університет, пл. Соборна, 8/1, м. Біла Церква, Київська обл., Україна, 09117

ORCID: 0000-0003-3825-0390

Бібліографічний опис статті: Демченко, Н., Береговенко, Н. (2022). Англomовні неологізми у сучасному економічному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*, 16, 25–32, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-4>

АНГЛОМОВНІ НЕОЛОГІЗМИ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті аналізується англomовний економічний дискурс, оскільки він є одним з найбільш продуктивних джерел поповнення лексичної системи мови. Розглядається поняття «неологізм» та його стадії протягом часу свого існування. Проаналізовано особливості економічного дискурсу. Мета цієї статі полягає у встановленні лексико-семантичних груп, у яких виникають англomовні економічні неологізми та виявленні найпродуктивніших способів поповнення неологізмів в англійській мові. Актуальність дослідження полягає в тому, що безперервний прогрес та різні зрушення в економіці призводять до виникнення неологізмів, що вимагає детального вивчення їх структурних та семантичних особливостей. На основі відібраного матеріалу було проведено лексико-семантичний аналіз для виявлення поточних тенденцій неологізмів у межах економічного дискурсу. У ході тематичної класифікації нова лексика в межах економічного дискурсу була розподілена за такими категоріями як: неологізми, що називають види економіки/економічні системи, нові економічні явища, грошові витрати, торговельну діяльність, нові види бізнес-шахрайств, нові професії та категорії людей, терміни пов'язані з технологіями, нові поняття на ринку праці в економічній сфері. Розгляд матеріалу свідчить про домінування неологізмів в наступних областях цього дискурсу: економічні явища, професії та категорії людей, торговельну діяльність. Під час аналізу економічного дискурсу було виявлено наступні способи словотворення неологізмів: словоскладання, афіксація, телескопія, переосмислення, запозичення та скорочення. Найбільш продуктивними способами словотворення в економічному дискурсі стали словоскладання та телескопія. Менш продуктивними способами неологізації стали афіксальний спосіб, скорочення, запозичення та переосмислення. Також було виявлено, що економічний дискурс звертається до широкої аудиторії, постійно пристосовується до неї, балансує між «термінологічною точністю» та зрозумілістю. Ця характеристика економічного дискурсу впливає на спосіб подання інформації.

Ключові слова: економічний дискурс, неологізми, словотвір, семантика, словоскладання.

Nataliia DEMCHENKO

lecturer at the department of romano-germanic philology and translation, Bila Tserkva National Agrarian University, Soborna Square, 8/1, Bila Tserkva, Kyiv Oblast, 09117

ORCID: 0000-0001-8279-0613

Nataliia BEREHOVENKO

lecturer at the department of romano-germanic philology and translation, Bila Tserkva National Agrarian University, Soborna Square, 8/1, Bila Tserkva, Kyiv Oblast, 09117

ORCID: 0000-0003-3825-0390

To cite this article: Demchenko, N., Berehovenko, N. (2022). Anhlomovni neolohizmy u suchasnomu ekonomichnomu dyskursi [English neologisms in modern economic discourse]. *Current Issues of Foreign Philology*, 16, 25–32, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-4>

ENGLISH NEOLOGISMS IN MODERN ECONOMIC DISCOURSE

The paper deals with analysing the English-language economic discourse, as it is one of the most productive sources of replenishment of the lexical system of the language. The notion of "neologism" and its stages during its existence are examined. The significance of the study is that continuous progress and various changes in the economy of different countries lead to the emergence of neologisms, which requires a detailed study of their structural and semantic features. The selected neologisms were used for lexical and semantic analysis to identify current trends of neologisms within the economic discourse. The thematic classification of the new vocabulary has enabled to reveal the following categories as: neologisms that name the types of economy/ economic systems, new economic phenomena, money expenditure, trade activities, new types of business fraud, new professions and categories of people, terms related to technology, new concepts in the labour market in the field of economics. The examined material indicates the dominance of neologisms in the following areas of this discourse: economic phenomena, professions and categories of people, new concepts in the labour market. Analysing economic discourse, the following methods of word formation of neologisms were identified: compounding, affixation, telescoping, reinterpretation, borrowing and abbreviation. The most productive methods of word formation in the economic discourse are compounding and telescoping. Telescoping has recently become an active method of the new economic vocabulary enrichment. Less productive methods of neologization are affixation, abbreviation, borrowing, and reinterpretation. It has also been found that economic discourse appeals to a wide audience, constantly adapting to it, balancing between "terminological accuracy" and clarity. This characteristic of economic discourse affects the way information is presented.

Key words: economic discourse, neologisms, word formation, semantics, word composition.

Постійне оновлення лексичного запасу є необхідною умовою розвитку суспільства та одночасно мови, як засобу вираження думок, то разом з появою нових предметів та явищ виникає потреба в їх назві (Волкова, 2019, с. 71). Однією зі сфер суспільного життя, яка найбільш динамічно розвивається є економіка. Економічні процеси займають все більше вагомє місце в житті людини – кожного дня виходить велика кількість новин не лише в друкованих ЗМІ, а й онлайн виданнях та соціальних мережах, присвячених поточним економічним проблемам. Через необхідність позначати нові реалії в економічному дискурсі постійно виникають неологізми.

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що безперервний прогрес, події у світі та різні зрушення в економіці різних країн призводять до виникнення неологізмів, що вимагає детального вивчення їх структурних та семантичних особливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зміни які відбуваються в мові не припиняють привертати увагу багатьох вітчизняних та закордонних лінгвістів, оскільки вивчення появи нових мовних одиниць, закономірностей їх утворення дозволяє проаналізувати не лише основні тенденції мови на певному етапі, а й рівень розвитку суспільства. Процес появи неологізмів є присутнім у кожній галузі науки та суспільства. Дослідженню неологізмів присвячені розробки багатьох вчених лінгвістів, серед яких є як Ю. О. Жлуктенко, В. І. Заботкіна, Ю. А. Зацний, Л. М. Волкова С. Г.,

Гурко О. В., О. Д. Остафійчук, О. М., І. В. Козубай, Бондаренко, О. О. Селіванова, О. І. Дзюбіна, та багато інших, які зробили вагомий внесок у дослідження різних аспектів цієї багатогранної проблеми.

Об'єктом даного дослідження є сучасні неологізми економічного дискурсу в англійській мові, зафіксовані онлайн-словником Cambridge dictionary. **Предметом дослідження** виступають структурно-семантичні особливості неологізмів економічного дискурсу в сучасній англійській мові. **Мета цієї статті** полягає у встановленні лексико-семантичних груп, у яких виникають англомовні економічні неологізми та виявленні найпродуктивніших способів поповнення неологізмів в англійській мові.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як зазначає Н. Савелюк економічний дискурс – один з основних типів інституційного дискурсу, що продукується зовнішньою мовою економічної спеціальності, і тісно корелює з іншими типами дискурсів. Виокремлюється наступну низку категорій і понять сучасного економічного дискурсу: суспільство, економіка, виробництво, промисловість, господарство, підприємство, торгівля, ринок, гроші, фінанси, бюджет, бухгалтерія, кредит, маркетинг, менеджмент. Усі вони поєднані між собою спільним лексикосемантичним полем концепту «економіка» (Savelyuk, 2021, pp. 147).

Економічна термінологія, на думку Л. М. Архипенко, є продуктом історичного розвитку. У ній відображені послідовні етапи економічних змін у суспільстві, для кожного з яких

характерна своя особлива лексика, що вказує на характер відповідних виробничих відносин. Соціально-економічні зміни знаходять відображення у виникненні нових ключових слів, які характеризують певний історичний етап суспільного розвитку (Архипенко, 2020, с. 114).

Мета економічного дискурсу полягає: 1) у висвітленні подій, що відбуваються в економічному житті суспільства; інформування про стан економіки, її розвиток або занепад, формування певного ставлення до цих подій та заохочення до певних дій; 2) у формуванні певного ставлення до різних змін та спонування до певних дій; в створення економічних теорій; 3) дослідженні напрямків розвитку економіки, а також рівня життя населення (Лут, 2011, с. 135).

На практиці в економічній сфері раз у раз виникають слова, або ж терміни, які швидко стають загальноживаними, хоча і не будуть зрозумілими більшості людей, які навіть мають відношення до фінансів, або економіки. Такі новоутворення в лінгвістиці називаються неологізмами, а особливість їх виникнення, логіка словотворення та сама суть нових виразів – це, безумовно, окрема тема для розгляду та вивчення. Такі новоутворення далеко не відразу потрапляють до словників, що ускладнює їх розуміння та використання (Капустіна, Сініцина, 2020, с. 219).

Ці слова, як правило, складають базисну термінологію і входять до неї як необхідний і обов'язковий елемент. З одного боку, вони використовуються носіями мови для позначення відповідних процесів і явищ, з іншого – є засобами пізнання цих процесів і явищ, з поглибленням пізнання сутності яких виявляються нові особливості цих процесів і явищ, з чим пов'язане вироблення нового кола понять. Для їх позначення й розкриття створюються нові терміни або переосмислюються наявні (Архипенко, 2021, с. 114).

У дослідженні І. В. Козубай та А. Ю. Хаджи неологізми це – слова або словосполучення, які є новими за своєю формою і значенням в даний момент часу і мають нове соціокультурне значення. До неологізмів зараховуються як власне нові слова за формою і значенням, так і вже наявні в номінативному фонді одиниці, значення яких змінилося в силу перетворення дискурсивного віднесення (Козубай, Хаджи, 2020,

с. 20). Таким чином, неологізмами можна вважати: – абсолютно нове слово (нове поєднання наявних слів), наприклад: **latte levy** – податок, що сплачується на одноразові кавові чашки, що не підлягають вторинній переробці, мета якого полягає в тому, щоб спонукати клієнтів приносити свою власну чашку і, отже, скоротити кількість відходів; – нове значення наявних слів: **zebra** – нова компанія, яка прагне поліпшити суспільство, а також отримати прибуток.

На думку О. Д. Остафійчук неологізм проходить кілька стадій соціалізації (прийняття в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мові). Якщо тема є актуальною для суспільства, слово швидко проходить етап закріплення, тому що вживається в повсякденному спілкуванні, особливо якщо це стосується обговорення значимих тем для світової спільноти (Остафійчук, 2020, с. 157).

У ході нашого дослідження було проведено лексико-семантичний аналіз на основі відібраного матеріалу для виявлення поточних тенденцій неологізмів у межах економічного дискурсу сучасної англійської мови. Наше дослідження дозволило виділити наступні тематичні категорії.

Перша категорія називає види економіки/економічні системи. В останні роки цифровий бум призвів до боротьби між компаніями за увагу споживачів, тому виникло поняття **attention economy**. Це економічна система, за якої компанії повинні конкурувати між собою, щоб привернути увагу потенційних споживачів через великий обсяг інформації, доступної в Інтернеті. Іншою економічною системою є **anxiety consumerism** – система, коли компанія, як правило, вебсайт, заробляє гроші, продаючи особисті дані своїх користувачів іншим компаніям. Цією діяльністю найчастіше часто займаються пошукові системи та соціальні медіаплатформи. Ці компанії збирають та вивчають нашу поведінку в Інтернеті для отримання даних, які можуть бути використані в комерційних цілях. **Blue economy** – економіка, яка полягає у сталому використанні океанічних ресурсів для економічного зростання, покращення засобів існування та робочих місць при збереженні здоров'я екосистеми океану (Cambridge Dictionary).

Друга категорія називає економічні явища. Світова економічна криза призвела до ство-

рення терміну **shecession** – економічний спад, який переважно впливає на жінок. **Green swan** – глибокі зміни ринку, яка спричинені економічним спадом на світових фінансових ринках внаслідок зміни клімату. Світова економіка перебуває в зоні дії **Amazon effect** – вплив Інтернету, електронної комерції або цифрового ринку на традиційну бізнес-модель фізичних магазинів, що є результатом зміни шаблону покупок, очікувань споживачів та конкурентного середовища галузі (Cambridge Dictionary).

Третя категорія стосується грошових витрат. Згідно з дослідженням проведеного у США, близько третини населення страждає від безсоння, це створило швидко зростаючий попит на продукти сну, в результаті якого виникло поняття **sleeponomics** – гроші, які витрачаються на продукти, техніку тощо, призначені для того, щоб покращити якість сну. Під час карантину багато хто з нас звернувся до роздрібною терапії як до способу підняти собі настрій. Цей сплеск витрат в Інтернеті поклав початок спендемії. **Spendemic** – раптова схильність людей витрачати гроші, як правило, на непотрібні речі. **Revenge spending** описує поведінку споживачів, що вийшли з ізоляції, коли були обмежені можливості витрачати й почали витрачати більше, ніж вони зазвичай витрачали до пандемії. Це обумовлене обуренням через те, що вони були змушені їсти домашні страви або носити одяг минулого сезону (Cambridge Dictionary).

До четвертої категорії належить торговельна діяльність. **Social commerce** – це процес продажу товарів та послуг безпосередньо в соціальних мережах. Успіх соціальної комерційної кампанії залежить від взаємодії споживачів за допомогою ретвітів, лайків та поширень. **Phygital** – це об'єднання фізичної і віртуальної реальності для продажу і збуту продукту. Це дозволяє надати покупцям абсолютно бездоганний досвід покупок та неймовірні емоції, які залишають тривале враження. Цей термін був введений для опису нового підходу до роздрібною торгівлі, який спрямований на те, щоб задовольнити або перевершити очікування споживачів з точки зору практичності та емоцій. **Pay-what-you-can** – спосіб продажу товарів, який дозволяє покупцеві платити ту суму, яку він може собі дозволити. Ця бізнес-модель «Плати скільки можеш» використовується як некомерційними, так і комерційними компа-

ніями. У більшості випадків він використовується підприємствами, які не потребують або не залежать від встановлених цін на свої товари або послуги. Замість цього бізнес може попросити своїх клієнтів заплатити стільки, скільки, на їхню думку, коштує продукт або послуга (Cambridge Dictionary).

До п'ятої категорії відносяться нові види шахрайств, які з'являються у бізнес-середовищі останнім часом. Різке зростання електронної комерції змінило не тільки споживчі, але й злочинні звички. Новий клас цифрових злочинців не тільки заново винайшов злочинність, але і заново винайшов мистецтво відмивання грошей. **Transaction laundering** – злочин з використанням платіжної системи компанії, щоб обробити платіж для незаконних товарів і послуг. **Cryptojacking** – це різновид кіберзлочинності, як несанкціоноване використання кіберзлочинцями чужих пристроїв (комп'ютерів, смартфонів, планшетів або навіть серверів) для видобутку криптовалюта. Як і багато форм кіберзлочинності, мотивом є прибуток, але, на відміну від інших загроз, він призначений для того, щоб залишатися повністю прихованим від жертви. **Cryptojacking** може бути націлений на окремих споживачів, великі установи та навіть промислові системи управління. **Account hijacking** – форма крадіжки особистих даних, при якій злочинець або інший зловмисник отримує контроль над онлайн-рахунком користувача (зазвичай, але не виключно фінансовим рахунком) (Cambridge Dictionary).

До шостої категорії належать нові професії та категорії людей економічного середовища. **Silver striver** – людина, яка продовжує працювати, досягнувши пенсійного віку. **Space marshal** – працівник, який перевіряє чи люди дотримуються правил соціальної дистанції в таких місцях, як магазини, банки тощо. **Serial returner** – покупець, який купує багато одягу в Інтернеті та повертає все або більшу частину, зазвичай тому, що компанія дозволяє це робити безкоштовно. **Human cloud** – позаштатні працівники в будь-якій точці світу, які працюють над окремими завданнями, які можна виконувати на комп'ютері (Cambridge Dictionary).

Сьома категорія називає терміни, пов'язані з технологіями. З другої половини 20 століття розвиток технічного прогресу помітно впливає

на суспільство – виникають нові явища, змінюється стиль життя і технічна оснащеність побуту. Все це знаходить пряме відображення у мові – виникають нові слова та поняття, що відображають реалії життя. Що стосується економічної сфери, то тут поява нових технологій, таких як інтернет, та розвиток комп'ютерних та комунікаційних технологій також призвело до утворення низки неологізмів. **Fintech** – програмне забезпечення та інші сучасні технології, що використовуються підприємствами, що надають автоматизовані та удосконалені фінансові послуги. Цей термін охоплює широкий спектр рішень: способи оплати, прийняття рішень на основі даних, обслуговування клієнтів за допомогою чат-ботів, гіперперсоналізовані сервіси на базі штучного інтелекту. **Proptech** – це інноваційний підхід до нерухомості, при якому технологія оптимізує те, як люди, орендують, купують, продають і управляють нерухомістю. Міжгалузєва технологія приносить користь всім залученим сторонам – девелоперам, інвесторам і компаніям з управління нерухомістю. **Tattleware** – програмне забезпечення, яке дозволяє роботодавцю контролювати діяльність працівників, які працюють вдома, зокрема, щоб переконатися, що вони дійсно працюють (Cambridge Dictionary).

Восьма категорія пов'язана з зайнятістю. **Flexism** – дискримінація осіб, які мають гнучкий графік роботи. **Disloyalty bonus** – підвищення заробітної плати, яку отримують працівники в результаті переходу на нову роботу, замість того, щоб залишатися на старому робочому місці, де заробітна плата працівників, як правило, не зростає. **Zero-hours contract** – трудовий договір, який не зобов'язує роботодавця надавати працівникові постійну роботу, але вимагає, щоб працівник був на зв'язку у разі потреби (Cambridge Dictionary).

Розвиток мови зумовлений значною мірою розвитком її словотвірної системи, становленням нових словотвірних моделей слів, зміною наявних, збільшенням чи зменшенням їх продуктивності, багатьма іншими факторами словотвірного процесу. На основі аналізу відібраних неологізмів економічного дискурсу було виділено наступні способи їх словотвору.

1. Словоскладання. Одним з найбільш універсальних і поширених способів словотвору вважається словоскладання. Цей спосіб

утворення нових слів може бути переданий формулою «основа + основа», в результаті чого утворюється складна лексична одиниця (compound word) (Калінюк, 2020, с. 57). Проілюструємо дане явище такими прикладами новоутворень: **flat white economy** – статок, зароблений завдяки великій кількості людей, які використовують кав'ярню або кафе для роботи як місце для роботи, а не працюють в офісі. **Happiness economist** – працівник, чия робота полягає у вивченні зв'язків між багатством країни й щастям її народу. **Voice shopping** – купівля товарів онлайн за допомогою функції «керування голосом». **Mistake fare** – дуже низька ціна за авіарейс, внаслідок помилки на вебсайті авіакомпанії. **Ask gap** – різниця в заробітній платі між працівниками, які просять більшу суму, і тими, хто цього не робить (Cambridge Dictionary).

2. Афіксація. При афіксації Словотвірна структура новоствореного слова передбачає наявність трьох обов'язкових компонентів: кореня або основи, афікса й моделі, за якою відбувається приєднання афікса до основи (Громовенко, 2021, с. 45). **Polywork** – діяльність, пов'язана з одночасним виконанням декількох різних робіт. **Slashie** – людина, хто має кілька різних робочих місць одночасно, походить від використання косої риски між назвами посад в таких фразях, як: writer/dog walker/barista. **Microworker** – працівник, чия робота полягає у виконанні ряду невеликих, але важливих завдань онлайн, які вимагають участі людини й не можуть бути виконані за допомогою комп'ютера (Cambridge Dictionary).

3. Активним засобом поповнення нової економічної лексики є телескопія. спосіб словотвору, що передбачає злиття двох або більше наявних у мові слів з обов'язковим усиченням принаймні одного з них і / або накладанням їх у місці з'єднання (Громовенко, 2021, с. 52). **Soonicorn (soon + unicorn)** – стартап, який, швидше за все, стане «єдинорогом» (бізнес вартістю понад 1 мільярд доларів) в найближчому майбутньому. **Influencer (finance + influencer)** – людина, хто залучає підписників у соціальних мережах, надаючи фінансові поради. **Returnment** – повернення на роботу після періоду безробіття. Термін походить від термінів return + retirement, повернення може бути обумовлене такими факторами,

як нудьга, бажання отримувати прибуток або фінансові потреби, які не задовольняються пенсійним доходом. **Acommerce (augmented + commerce)** – бізнес купівлі та продажу товарів з використанням таких технологій, як доповнена реальність, щоб покупці могли побачити предмети в їхньому реальному середовищі, перш ніж придбати їх (Cambridge Dictionary).

4. Абревіація. У зв'язку з глобалізацією мов та світу, а також стрімким розвитком технологій, часу для сприйняття інформації та її аналізу стає дедалі менше, і в результаті цього великого поширення набуло явище абревіації понять та термінології для полегшення сприйняття інформації та швидшого обміну нею (Волкова, 2109, с. 72). Найчастіше абревіації позначають терміни, назви груп і організацій та утворюються за початковими літерами. Наведемо приклади даного способу: **FIRE** (financial independence, retire early) – спосіб життя, який передбачає старанну роботу і накопичення якомога більшої суми грошей у віці від 20 до 30 років, щоб мати можливість вийти на пенсію, коли виповниться 40 років. **DAO** (decentralized autonomous organization) – організація або компанія, яка існує онлайн і управляється відповідно до набору правил, існуючих у формі комп'ютерного коду, при цьому фінансові транзакції здійснюються учасниками з використанням криптовалюти. **MAMAА** – абревіатура для позначення найбільших і найпотужніших компаній у світі (Microsoft, Alphabet, Meta, Amazon, Apple) (Cambridge Dictionary).

5. Запозичення. Даний спосіб словотвору більше не є одним із найпродуктивніших, оскільки нині саме англійська мова є джерелом запозичень для інших мов. Однак, економічна лексика в англійській поповнюється деякими запозиченнями, наприклад: **keikebo** – японський підхід до управління грошима, який передбачає використання щоденника для планування та моніторингу витрат щомісяця (Cambridge Dictionary).

6. Переосмислення. Неологізми можуть бути утворені шляхом переосмислення, тобто нове значення позначається формою, котра вже була в мові. Наприклад: **zebra** – нова компанія, яка прагне покращити суспільство, а також отримати прибуток; **unicorn** – стартап, вартістю понад 1 мільярд доларів; **camel** – організації, які адаптуються до різних змін у бізнесі,

можуть вижити, маючи мінімальні ресурси; **empowerment** – наділ повноваженнями рядових співробітників, **contagion** – поширення кризових явищ у країні на інші країни, **meltdown** – різкий обвал котирувань на біржі (Cambridge Dictionary).

У ході аналізу відібраних нами прикладів ми виявили, що більшість з вибірки неологізмів в межах економічного дискурсу утворено за допомогою способу словоскладання, а саме – 52,3 %. Другою за продуктивністю виявилася телескопія – 22,7 %; на третьому місці опинилася аффіксація – Cambridge Dictionary, 4 %. Переосмислення (6,8 %), абревіація (3,4 %) та запозичення (3,4 %) є найменш продуктивними способами. Важливим є те, що превалюють однослівні мовні одиниці, які здебільшого виражені іменниками, що свідчить про потребу носіїв мови називати явища або ситуації (Гурко, 2021, с. 51).

Висновок. Економічний дискурс звертається до широкої аудиторії, постійно пристосовується до неї, балансуючи між «термінологічною точністю» та зрозумілістю. Адресатами економічного дискурсу є і фахівці, і звичайні читачі, які цікавляться економікою. Ця характеристика економічного дискурсу впливає на манеру подачі інформації. У ході тематичної класифікації нова лексика в межах економічного дискурсу була розподілена за такими категоріями як: неологізми, що називають види економіки/ економічні системи, нові економічні явища, грошові витрати, торговельну діяльність, нові види бізнес-шахрайств, нові професії та категорії людей, терміни пов'язані з технологіями, нові поняття на ринку праці в економічній сфері. Розгляд даного матеріалу свідчить про домінування неологізмів в наступних областях: економічні явища, професії та категорії людей, торговельна діяльність. Способи словотворення неологізмів економічної лексики представлені досить широко. Найбільш продуктивними способами словотворення в економічному дискурсі стали словоскладання та телескопія. Менш продуктивними способами неологізації стали афіксальний спосіб, скорочення, запозичення та переосмислення. **Перспектива** подальших досліджень полягає у визначенні основних способів перекладу неологізмів у межах економічного дискурсу на українську мову.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архипенко Л. М. Термінологічна лексика в економічному дискурсі (на матеріалі інтернет-видання «Економічна правда»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31. № 2. Ч. 1. С. 112–118. http://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_2020/part_1/22.pdf
2. Волкова С. Г. Неологізми та особливості їх утворення на прикладі лексичного матеріалу в медіа ресурсах. *Модернізація та наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій* : матеріали II Міжнародної наук.-практ. конф., м. Київ, 25–26 січ. 2019 р. Київ, 2019. С. 71–73. URL: <https://novaosvita.com/wp-content/uploads/2019/03/ModScResParadigm-Kyiv-Jan2019.pdf>
3. Громовенко В. В. Словотворення політичних неологізмів в українській та англійській мовах: зіставний аспект : автореф. дис. ... д-ра філософії: 035 «Філологія» 03 «Гуманітарні науки». Вінниця, 2021. 204 с. URL: <https://abstracts.donnu.edu.ua/article/view/9473/9405>
4. Гурко О. В. Неологізми та їхня експлікація в англійському мовленні. *Збірник наукових праць «Нова філологія»*. 2021. № 82 С. 49–53. <http://novafilohiia.zp.ua/index.php/new-philology/article/view/558>
5. Калінюк О. О. Особливості функціонування неологізмів у тексті кіносценарного комунікативного трансформу. *Сучасні студії з романської і германської філології* : матеріали міжнар. наук.-практич. конф., м. Одеса, 15 трав. 2020 р. Одеса, 2020. С. 56–59.
6. Капустіна О. В., Сініцина Н. М. Деякі аспекти перекладу неологізмів у сучасному економічному дискурсі. *Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ* : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 15 березня 2018 р. Київ, 2018. С. 218–221. URL: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25078/zb_2018.pdf;jsessionid=06A91B1FCD9BC03C84652F196D84AC1E?sequence=1
7. Козубай І. В., Хаджи А. Ю. Дослідження структурно-семантичних особливостей новоутворень сучасної англійської мови. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка: Філологічні науки*. 2020. № 3 (334). С. 19–26. <http://visnyk.luguniv.edu.ua/index.php/vphil/article/view/282>
8. Лут К. А. Демаркація понять «економічний» та «діловий дискурс». *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2011. № 20. С. 130–137. http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoaf_2011_20_20.pdf
9. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31. № 3. Ч. 1. С. 156–160. http://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_1/30.pdf
10. Cambridge Dictionary. About words. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org>
11. Savelyuk N., Kalmykov O., Riznyk V. Psychosemantic Dimensions of Basic Concepts of Economic Discourse (Comparative and Professional Aspect). *Psycholinguistics*. 2021. № 29 (1). P. 142–166. <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/1171>

REFERENCES:

1. Arkhynenko, L. M. (2020). Terminologichna leksyka v ekonomichnomu dyskursi (na materialy internet-vydannia "Ekonomichna pravda") [Terminological lexicon in economic discourse (based on the material of the online edition "Economic truth")]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filohiia – Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: "Philology"*, 31 (2), 112–118. Retrieved from: http://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_2020/part_1/22.pdf [in Ukrainian]
2. Volkova, S. H. (2019). Neolohizmy ta osoblyvosti yikh utvorennia na prykladi leksychnoho materialu v media resursakh [Neologisms and features of their formation based on lexical material in media resources]. *Proceedings of Modernizatsiia ta naukovy doslidzhennia: paradyhma innovatsiinoho rozvytku suspilstva i tekhnolohii – Modernization and scientific research: the paradigm of innovative development of society and technologies* (pp. 71–73). Kyiv : The Institute of Innovative Education. Retrieved from: <https://novaosvita.com/wp-content/uploads/2019/03/ModScResParadigm-Kyiv-Jan2019.pdf> [in Ukrainian]
3. Hromovenko, V. (2021). Slovotvorennia politychnykh neolohizmiv v ukrainskii ta anhliiskii movakh: zistavnyi aspekt [Word formation of political neologisms in Ukrainian and English languages: comparative aspect]. Extended abstract of *Doctor's thesis*. Vinnytsia : Vasyl' Stus Donetsk National University. Retrived from: <https://abstracts.donnu.edu.ua/article/view/9473/9405> [in Ukrainian]
4. Hurko, O. (2021). Neolohizmy ta yikhnia eksplikatsiia v anhliiskomu movlenni [Neologisms and their explication in English speech]. *Zbirnyk naukovykh prats "Nova filohiia" – Collection of scientific papers "New Philology"*, 82, 49–53. Retrieved from: <http://novafilohiia.zp.ua/index.php/new-philology/article/view/558> [in Ukrainian]
5. Kalinyuk, O. (2020). Osoblyvosti funktsionuvannia neolohizmiv u teksti kinostsenarnoho komunikatyvnoho transform [Features of functioning of neologisms in the text of cinema communicative transform]. *Proceedings of*

Suchasni studii z romanskoj i hermanskoj filolohii – Modern studies in Romance and Germanic philology (pp. 56–59). Odesa : Odesa city printing house. [in Ukrainian]

6. Kapustina, O., Sinitsyna, N. (2018). Deiaki aspekty perekladu neolohizmiv u suchasnomu ekonomichnomu dyskursi [Some aspects of the translation of neologisms in modern economic discourse]. Proceedings of *Stratehii mizhkulturnoi komunikatsii v movnii osviti suchasnoho VNZ – Strategies of intercultural communication in language education of modern universities* (pp. 218–221). Kyiv : Kyiv National Economic University. Retrived from: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25078/zb_2018.pdf;jsessionid=06A91B1FCD9BC03C84652F196D84AC1E?sequence=1 [in Ukrainian]

7. Kozubai, I., Khadzhy, A. (2020). Doslidzhennia strukturno-semantychnykh osoblyvostei novoutvoren suchasnoi anhliiskoi movy [The structural and semantic features researches of the newly formed structures of contemporary English]. *Bulletin of Luhansk Taras Shevchenko National University. Philological Sciences – Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka: Filolohichni nauky*, 3 (334), 19–26. Retrieved from: <http://visnyk.luguniv.edu.ua/index.php/vphil/article/view/282> [in Ukrainian]

8. Lut, K. (2011). Demarkatsiia poniat “ekonomichnyi” ta “dilovyi dyskurs” [Demarcation of the notions of “economic” and “business discourse”]. *Naukovi zapysky. Seriia “Filolohichna” – Scientific notes. Seriia: Filolohiia*, 20, pp. 130–137. Retrieved from: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoaf_2011_20_20.pdf [in Ukrainian]

9. Ostafiychuk, O. (2020). Neolohizmy anhliiskoi movy v suchasnomu suspilstvi [English neologisms in modern society]. Neolohizmy anhliiskoi movy v suchasnomu suspilstvi. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia – *Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology*, 31 (3), 156–160. http://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_1/30.pdf [in Ukrainian]

10. Cambridge Dictionary. About words. (2022). Retrieved from: <https://dictionaryblog.cambridge.org>

11. Savelyuk, N., Kalmykov, O., Riznyk, V. (2021). Psychosemantic Dimensions of Basic Concepts of Economic Discourse (Comparative and Professional Aspect). *Psycholinguistics*, 29 (1), 142–166. Retrieved from: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/1171> [in Ukrainian]