

Отримано: 30 березня 2025 р.

Прорецензовано: 24 квітня 2025 р.

Прийнято до друку: 27 квітня 2025 р.

email: oksanarog@vnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5304-0837>

email: aida.trotsiuk@vnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8311-6580>DOI: [http://doi.org/10.25264/2519-2558-2025-25\(93\)-63-67](http://doi.org/10.25264/2519-2558-2025-25(93)-63-67)

Рогач О. О., Троцюк А. М. Структурно-семантичні особливості субстантивних англомовних неологізмів сфери економіки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2025. Вип. 25(93). С. 63–67.

УДК: 811.111'373.612:33

Рогач Оксана Олексіївна,
кандидат філологічних наук, професор,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Троцюк Аїда Миколаївна,
кандидат філологічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУБСТАНТИВНИХ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Статтю присвячено аналізу структурно-семантичних особливостей субстантивних неологізмів сфери економіки перших двох декад ХХІ століття. Неологізми становлять собою новостворені слова або вислови, поява яких спричинена виникненням нових реалій, понять, ознак, властивостей, дій, або ж їх використовують для заміни вже наявної назви іншою, точнішою, зрозумілішою. Нові лексичні одиниці на позначення економічних явищ та процесів викликають до себе підвищений інтерес як лінгвістів, так і спеціалістів економічної сфери, оскільки вони є динамічним джерелом поповнення словникового складу мови і потребують постійного та детального дослідження з метою виявлення основних структурних й семантичних характеристик та закономірностей. Основні аспекти, які аналізують у цій галузі, включають джерела виникнення неологізмів, механізми творення неологізмів, їхні функції, та вплив на систему мови і соціальну комунікацію. Здійснений аналіз фактичного матеріалу дозволяє виділити такі семантичні групи неологізмів сфери економіки і бізнесу: економічні теорії і системи; моделі бізнесу; форми та стратегії маркетингу; різні види електронної торгівлі; особи, діяльність яких пов'язана з економікою та бізнесом; назви підприємств роздрібною торгівлі; а також назви валют.

Аналіз різних способів словотвору нових слів та словосполучень сфери економіки показав, що англійські неологізми економічної сфери 2000-2022 р.р. утворюються за допомогою «аналогійного словотвору» і «рекурсії», словоскладання та різних форм усичення, телескопії й аббревіації. Найпродуктивнішими словотвірними моделями є $N + N$ та $Adj. + N$. Проведене дослідження англійських неологізмів початку ХХІ століття свідчить про те, що полівекторне вивчення цих мовних одиниць є важливим та актуальним напрямом у сучасній лінгвістиці, оскільки відображає й пояснює зміни в мові, суспільстві, культурі та технологіях.

Ключові слова: економічна сфера, лексичні одиниці, субстантивні англомовні неологізми, моделі словотвору, семантичні групи.

Oksana Rohach,
Candidate of Philological Sciences, Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University
Aida Trotsiuk,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University

STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF SUBSTANTIVE ENGLISH-LANGUAGE NEOLOGISMS IN THE SPHERE OF ECONOMY

The article is devoted to the analysis of structural and semantic features of substantive neologisms in the sphere of economy in the first two decades of the 21st century. Neologisms are newly created words or expressions, the appearance of which is caused by the emergence of new realities, concepts, signs, properties, actions, or they are used to replace an existing name with another, more accurate, and understandable one. New lexical units for denoting economic phenomena and processes are of great interest to both linguists and specialists in the economic sphere, since they are a dynamic source of replenishment of the vocabulary of the language and require constant and detailed research in order to identify the main structural and semantic characteristics and patterns. The main aspects analyzed in this field include the sources of neologisms, the mechanisms of neologisms creation, their functions, and impact on the language system and social communication. The analysis of the factual material allows us to distinguish the following semantic groups of neologisms in the sphere of economy and business: economic theories and systems; business models; forms and strategies of marketing; various types of e-commerce; persons whose activities are related to the economy and business; names of retail trade enterprises; and names of national currencies.

The analysis of various ways of word formation of new words and phrases in the economic field showed that the English neologisms of the economic sphere of 2000-2022 are formed using "analogous word building" and "recursion", word compounding and various forms of clipping, blending, and abbreviation. The most productive word formation models are the $N + N$ and $Adj. + N$. The study of English neologisms of the early 21st century indicates that the multivectoral study of these linguistic units is an important and relevant direction in modern linguistics, as it reflects and explains changes in language, society, culture and technology.

Keywords: economic sphere, lexical units, substantive English-language neologisms, models of word formation, semantic groups.

Постановка проблеми. Неологізми постають одним із шляхів поповнення словникового фонду, активно утворюючись у часи значних потрясінь (Загнітко, 2020: 482). На початку ХХІ століття економічні кризи, онлайн-торгівля, швидкий розвиток ринку цифрових валют, цифрові технології, які проникають у всі сфери діяльності суспільства, в тому числі і в економічну, зумовили появу цілої низки неологізмів сфери економіки. Саме зростання кількості лексичних одиниць на позначення економічних явищ та процесів пояснює підвищений інтерес до цієї сфери як одного з джерел поповнення

словникового складу і потребує детального дослідження в аспекті виявлення основних структурних і семантичних характеристик, що й визначає **актуальність дослідження**. Основні аспекти, які аналізують у цій галузі, включають джерела виникнення неологізмів, механізми творення неологізмів, їхні функції, та вплив на систему мови і соціальну комунікацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню англійських неологізмів кінця XX початку XXI століття, їхнього виникнення, розвитку та впливу на мову присвячені праці таких вітчизняних лінгвістів-неологів, як Ю. А. Зацного, А. В. Янкова (Зацний, Янков, 2008), А. Е. Левицького (Левицький, 2005), Н. А. Крамар (Крамар, 2022), І. В. Андрусак (Андрусак, 2002), М. В. Белозьорова (Белозьоров, 2003). Зарубіжні мовознавці також займаються аналізом англійської неології, вивчають процеси мовних змін, включаючи появу неологізмів та наслідки неологізації для мови (Aitchison, 2000); вплив інтернету на мову, зокрема появу нових слів та виразів, пов'язаних з цифровими технологіями та онлайн-комунікацією (Crystal, 2009); впливання соціальних факторів на мовні зміни, включаючи виникнення та поширення неологізмів (Romaine, 2000); процеси словотворення в англійській мові, зокрема механізми утворення нових слів та їхню інтеграцію в мовну систему (Bauer, 2001); мовні зміни, появу та використання неологізмів у корпусах сучасної англійської мови (McEnery, 2001); виникнення, закріплення нових слів у мові та їхнє сприйняття носіями мови (Stockwell, 2019).

Метою статті є вивчення структурно-семантичних особливостей субстантивних неологізмів сфери економіки перших двох декад XXI століття. Мета роботи зумовлює вирішення **таких завдань**: 1) визначити способи та моделі словотвору нової економічної лексики з точки зору продуктивності та непродуктивності кожного з них; 2) здійснити класифікацію нової лексики та встановити найчисленніші семантичні групи нових слів та словосполучень економічної сфери.

Матеріалом дослідження стали більш як 200 нових слів, словосполучень, що поповнили економічну лексику англійської мови за два десятиліття XXI сторіччя. Джерелом фактичного матеріалу слугували англо-український словник неологізмів початку XXI століття (Зацний, Янков, 2008), словник англословних неологізмів XXI століття (Крамар, 2022), електронні словники Dictionary.com (Електронний ресурс), Cambridge dictionary (Електронний ресурс), Collins Dictionary: New Word Suggestions (Електронний ресурс), Financial and business dictionaries and encyclopedias (Електронний ресурс).

Для досягнення поставленої мети й розв'язання конкретних завдань у роботі застосовано лексикографічний, структурно-словотвірний аналізи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Неологізми – новостворені слова або вислови, поява яких спричинена виникненням нових реалій, понять, ознак, властивостей, дій, інколи ж – для заміни вже наявної назви іншою, точнішою, зрозумілішою; слово, а також його окреме значення, вислів, що постали в мові на певному етапі її розвитку та новизна яких усвідомлюється мовцями; або слово, які були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мовленні певного автора. (Загнітко, 2020: 482).

Серед видів словотвору – морфологічного (творення слів з допомогою афіксів), синтаксичного (утворення складних слів) та семантичного (вживання вже існуючих слів у новому значенні) на початку XXI століття зростає роль утворення нових слів шляхом словоскладання. Складні іменники утворюються за такими моделями: N (noun) + N (noun) → N (noun) або A (adjective) + N (noun) → N (noun).

Аналіз фактичного матеріалу свідчить про те, що велика кількість неологізмів сфери економіки утворюється за моделлю N + N → N, тобто коли в складне слово об'єднуються два іменники. Хоча за формою такі утворення схожі на фрази, вони функціонують як слова. Така властивість англійської мови називається «рекурсією», а сам процес утворення складних слів дістав назву «рекурсивного процесу» (Зацний, Янков, 2008: 54-55). Наприклад: *cart abandonment* – when a potential customer starts a check out process for an online order but drops out of the process before completing the purchase; *cryptocurrency exchange* – a business that allows customers to trade cryptocurrencies or digital currencies for other assets, such as conventional fiat money or other digital currencies; *disloyalty bonus* – the tendency for people who move jobs to see more growth in wages than those who stay at a workplace for a long time; *flash crash* – a type of stock market crash, in which prices plummet then rebound rapidly; *liar loan*, *retail apocalypse*, *hawala network* – an informal channel for transferring funds from one location to another through service providers; *lipstick effect* – during a recession, the tendency for consumers to purchase small, comforting items such as lipstick rather than large luxury items; *lipstick indicator* – the tendency for lipstick sales to increase prior to and during a recession; *education mortgage* – 1) a mortgage that covers the cost of a student's university or college education and that is paid back over an extended period, similar to a residential mortgage. 2) the debt that a student holds at the end of their university or college; *whisper number* – an unofficial forecast of a company's earnings based on rumors and other unsubstantiated sources; *vice fund* – a mutual fund that invests in alcoholic drinks, tobacco, gambling, and defense industries; *stealth tax* – a new tax that is collected in a way that is not very obvious, so people may not realize that they are paying it; *soul proprietorship* – combining a business career with your spiritual and emotional growth.

Значна кількість неологізмів утворюється за моделлю Adj + N → N: *black swan* – an unpredictable or unforeseen event, typically one with extreme consequences; *alternative finance* – financial channels, processes, and instruments that have emerged outside of the traditional finance system, *collaborative consumption* – the shared use of a good or service by a group, *conversational commerce* – conversational commerce refers to how e-commerce brands and retailers use messaging and conversational technology to improve the shopping experience, *deep work* – a state of peak concentration that lets you learn hard things and create quality work quickly; *financial literacy* – the ability to understand and effectively use various financial skills, including personal financial management, budgeting, and investing; *omnichannel marketing* – a way of selling products that is the same and equally good for the customer whether they are buying from a computer, a mobile phone app, etc., or in a physical shop; *toxic asset* – a financial asset whose price has fallen by a large amount and that cannot be easily sold; *buzz marketing* – a method of selling a product by getting people to talk about it to other people, especially over the internet; *corporate anorexia* – a condition or state in which a corporation has cut costs or employees to the point of endangering the business; corporate welfare, *green accounting* – a type of accounting that attempts to factor environmental costs into the financial results of operations; *live commercial* – an advertisement that is broadcast in real-time during a television program; *sustainable growth* – the realistically attainable growth that a company could maintain without running into problems.

Продуктивним типом словотворення є словоскладання, при якому нові слова утворюються шляхом простого додавання коренів чи основ. У складному слові значення його частин зливається для позначення цілісного поняття, яке сприймається як цілісна одиниця. Наприклад: *back sourcing* (від *back* і *sourcing*), *bitcoin* (від *bit* і *coin*), *blockchain* (від *block* і *chain*), *crowdfunding* (від *crowd* і *funding*), *crowdsourcing* (від *crowd* і *sourcing*), *hashrate* (від *hash* і *rate*).

Іншим високопродуктивним типом утворення економічних неологізмів в англійській мові є **скорочення слів**. Часто підлягають скороченню багатоскладові слова. При цьому випадати може будь-яка частина слова. Характерним типом скорочених слів є слова, коли скороченню підлягає друге слово (з'єднуються перше слово і кінець другого слова). Наприклад: *bluwashing* (від *blue* і *whitewashing*) – deceptive marketing that overstates a company's commitment to responsible social practices; *decacorn* (від *deca* і *unicorn*) – a privately held company with a valuation that exceeds \$10 billion; *freecycling* (від *free* і *recycling*) – a network of citizens who cooperate online to promote recycling by offering one another unwanted items free of charge; *greedflation* (від *greed* і *inflation*) – a rise in prices that is not due to market pressure, but is caused by corporate executives solely to increase profits that are already excessive; *mancession* (від *man* і *recession*) – a recession that impacts men more than it does women due to the loss of jobs in the relevant industries; *prankvertising* (від *prank* і *advertising*) – use of pranks and jokes as part of a marketing campaign; *returnship* (від *return* і *internship*) – internships for employees returning to work after a long period of absence (maternity leave, military service, training); *sharewashing* (від *share* і *whitewashing*) – a marketing strategy which deceives people by trying to suggest that a business is motivated by principles of sharing rather than conventional profits; *shrinkflation* (від *shrink* і *inflation*) – the situation when the price of a product stays the same but its size gets smaller; *skimpflation* (від *skimp* і *inflation*) – a situation where businesses reduce the quality of a product or service while keeping the price the same or even increasing it; *slowbalisation* (від *slow* і *globalization*) – the slowing of globalization, characterized by the slowing of global trade; *stablecoin* (від *stable* і *bitcoin*) – a cryptocurrency designed to have a less volatile value than other cryptocurrencies, often accomplished by pegging its value to another asset such as a government-backed currency or gold; *sweatworking* (від *sweat* і *networking*) – business networking while taking physical exercise and so working up a sweat; *webrooming* (від *web* і *showrooming*) – the practice of looking at something you want to buy online and then later buying it in a shop; *shopathon* (*informal*, від *shop* і *marathon*) – a long session of shopping.

Рідше скороченню підлягає перше слово, а друге залишається без змін. Наприклад: *crypto-bro* (від *cryptocurrency* і *bro*) – an enthusiastic cryptocurrency supporter, usually male, especially a dogmatic, condescending one; *crypto-mugging* n. (від *cryptocurrency* і *mugging*) – a crime where someone physically assaults a victim to snatch their smartphone and steal their coins; *re-commerce* (*reverse* + *commerce*) – selling previously owned items to buyers who reuse, recycle, or resell them.

Численними виявилися складноскорочені слова, так звані слова-телескопи, коли до апокопи першого кореня додається афераза другого, тобто з'єднуються початок першого і кінець другого слова (Вербя, 2003: 48-49). Наприклад, *cryptojacking* (від *cryptocurrency* і *hijacking*); *finfluencer* (від *finance* і *influencer*); *pulchronics* (від лат. *pulcher* і англ. *economics*); *wackaging* n. (від *wacky* і *packaging*); *conventory* (*control* і *inventory*); *culternomics* (*culture* і *economics*); *frugalnomics* (*frugality* і *economics*); *infomediary* (*information* + *intermediary*), *infonomics* (*information* + *economics*), *mistakonomics* (*mistake* + *economics*), *plutonomy* (*plutocracy* + *economy*); *Chindia* (*China* + *India*) – China and India taken together, particularly as an economic entity or market.

У період 2000-2022 років все більшого поширення набувають акроніми, – скорочення, в яких використовуються лише початкові букви слів. Наприклад, *DOTBAM* – the online division or group of a traditional brick-and-mortar store; *SGR* (Sustainable Growth Rate) – the maximum growth rate that a company can sustain without having to increase financial leverage; *HENRY* (High Earner Not Rich Yet) – a person (usually young) who has an above-average income but tends to spend it rather than invest or save it; *PWYC* (Pay What You Can) – a business model which does not depend on set prices for its goods, but instead asks customers to pay what they feel the product or service is worth to them; *BOGOF* (Buy-One-Get-One-Free) – the practice of giving customers an extra product free each time they buy one product, *B2B* (Business-To-Business – електронна торгівля за схемою 'від одного підприємства до іншого'), *B2C* (Business-To-Consumer – електронна торгівля за схемою 'від ділового підприємства до споживача'), *B2B2C* (Business-To-Business-To-Consumer – електронна торгівля за схемою 'від одного ділового підприємства до іншого до споживача'), *C2B2C* (Consumer-To-Business-To-Consumer – електронна торгівля за схемою 'від одного споживача через ділове підприємство до іншого споживача').

Існують і змішані типи таких слів, коли частина елементів представлена початковою літерою, а інші елементи – складами чи цілими словами. Наприклад, *ATM jackpotting* – a form of attack where hackers breach ATMs to gain access to their system and force them to withdraw money, without the need for a card to be inserted or a legitimate transaction to take place; *P2P lending* (peer-to-peer lending) – the practice of lending money to individuals or businesses through online services that match lenders with borrowers.

Продуктивним типом формування неологізмів англійської мови періоду 2000-2022 років є «аналогійний словотвір», коли нова одиниця утворюється не тільки за певною моделлю, скільки за зразком конкретної мовної одиниці шляхом заміни в цій одиниці одних структурно-семантичних елементів іншими (Зацний, Янков, 2008: 57). Так, за зразком словосполучення *baby shower* виник неологізм *business shower* – a party organized to celebrate the founding of a new company, usually shortly before its official opening; за аналогією слова *flash-mob* – неологізм *cash mob* – an event where people support a local retailer by gathering en masse to purchase the store's products; за зразком словосполучення *alpha geek* утворений неологізм *alpha consumer* – someone that plays a key role in connecting with the concept behind a product, then adopting that product, and finally validating it for the rest of society; за аналогією до *black swan* утворився неологізм *black elephant* – extremely likely and widely predicted events that are usually ignored either by many or a society as a whole; за зразком виразу *chief executive officer* виникла ціла низка неологізмів на позначення корпоративних посад: *chief experience officer*, *chief financial officer*, *chief content officer*, *chief learning officer*, *chief privacy officer*, *chief risk officer*. За аналогією до *e-commerce* утворені новотвори для позначення таких видів "електронної" торгівлі, як *d-commerce* (digital commerce) – purchasing and selling goods and services through digital channels, *m-commerce* – commercial transactions conducted electronically by mobile phone; *t-commerce*

(television commerce) – the activity of buying and selling products and services using interactive television; **v-commerce** – trading by means of verbal agreements (live voice) via computer or telephone.

Аналіз фактичного матеріалу дозволяє виділити такі семантичні групи неологізмів сфери економіки і бізнесу:

– **економічні теорії/системи, моделі бізнесу**. Слово **економію** як ключове слово, яке позначає поняття “економіка”, слугує основою для цілої низки неологізмів. Наприклад, **capriccino economy** – an economy that displays frenzied growth or activity in one sector; **dot-com economy (informal)** – an economic activity relating to a company whose business involves the Internet; **zero-friction economy** – an economic system with free movement of capital, goods, labor and ideas in the geographical space in the context of globalization; **anxiety economy** – an economy based on the production and sale of goods and services aimed at making anxiety less severe; **eco-economy** – principles of economic development that take into account the need to preserve the environment; **reputation economy** – an environment where brands are built based on how they are perceived online and the promise they deliver offline; **flat white economy** – a segment of the economy developed by people working remotely in a coffee shop rather than in an office; **homebody economy** – a sector of the economy related to goods intended for use at home (furniture, kitchen appliances, etc.); **gig economy** – economic activity that involves the use of temporary or freelance workers to perform jobs typically in the service sector; **sharing economy** – economic activity that involves individuals buying or selling usually temporary access to goods or services especially as arranged through an online company or organization;

– **форми та стратегії маркетингу**: Лексема **marketing** є основою таких неологізмів: **omnichannel marketing** – a way of selling products that is the same and equally good for the customer whether they are buying from a computer, a mobile phone app, etc., or in a physical shop; **buzz marketing** – ‘undercover marketing’ – a method of selling a product by getting people to talk about it to other people, especially over the internet; **Christmas marketing** – a strategy that businesses use to promote their products or services during the holiday season; **guerrilla marketing** – unusual methods of getting attention for a product or service, usually ones that cost little money and involve giving or showing things to people in public places; **permission marketing** – a form of marketing where the marketer asks the consumer for permission to send them targeted ads based on personal data supplied by the consumer; **viral marketing** – a marketing technique in which a company's customers are encouraged to spread knowledge or endorsement of a product by word of mouth or the Internet; **neuromarketing** – techniques used to study the brain to predict consumer decision-making behavior. Стратегії маркетингу відображені в таких словах-телескопах як **prankvertising** – a popular tactic of brand promotion through pranks; **sharewashing** – a marketing strategy which deceives people by trying to suggest that a business is motivated by principles of sharing rather than conventional profits”.

– **різні види електронної торгівлі**: B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer), B2B2C (business-to-business-to-consumer), C2B2C (consumer-to-business-to-consumer), C2C (consumer-to-consumer), “B2E (business-to-employee); d-commerce (digital commerce), m-commerce; t-commerce (television commerce); v-commerce.

– **особи, діяльність яких пов’язана з економікою та бізнесом**: **crypto bro** – an enthusiastic cryptocurrency supporter, usually male, especially a dogmatic, condescending one; **finfluencer** – a person who advises others on their (personal) finances online, primarily on social media; **HENRY** – a person (usually young) who has an above-average income but tends to spend it rather than invest or save it; **slashie (informal)** – a person who gains income from more than one occupation; **knowledge angel** – an individual with extensive knowledge in one or more aspects of business who helps a startup company that lacks expertise in those areas; **marzipan layer** – the level of managers and other senior staff just below the topmost level of directors or partners; **portfolio worker** – a person who works for several different companies or organizations at the same time; **serial entrepreneur** – a business person that successfully starts a number of different businesses; **social entrepreneur** – an entrepreneur who uses business tactics to create non-profit structures; **dot-commer** – a person engaged in a dotcom business enterprise; **dot snot** – a young person with an arrogant and self-important manner because he/she has become rich by creating a dot com company; **homepreneur** – an entrepreneur who creates and manages a home based business; **soul proprietor** – a businessperson or entrepreneur who balances work with emotional and spiritual growth; **virtual manager** – a manager who directs employees from a remote location such as home or a central office;

– **назви підприємств роздрібної торгівлі**: **pop-up retail** – temporary retail stores that open for a short period of time in order to take advantage of a passing fad or seasonal demand; **power center** – a large, open air retail mall that consists mostly of big box stores; **lifestyle center** – an open-air shopping center which aims to create a pedestrian-friendly, town-like atmosphere with sidewalks, landscaping, ambient lighting, and park benches; **clicks and bricks** (clicks and mortar) – selling products to consumers via several channels, one which is usually a tangible shop and the other one an e-business; **cyberplaza** (cybermall) – a virtual online shopping center, a collection of cyberstores; **DOTBAM** – the online division or group of a traditional brick-and-mortar store;

– **назви валют**: **bitcoin** – a digital currency that is produced by a public network rather than any government and uses special codes to keep it secure; **cryptocurrency** – a digital currency in which transactions are verified and records maintained by a decentralized system using cryptography, rather than by a centralized authority; **non-fungible token** – blockchain-based tokens that each represent a unique asset like a piece of art, digital content, or media; **stablecoin** – a cryptocurrency designed to have a less volatile value than other cryptocurrencies, often accomplished by pegging its value to another asset such as a government-backed currency or gold; **cybercash** – money represented in electronic form for the purpose of financial transaction over the internet.

Висновки. Дослідження англійських неологізмів початку XXI століття є важливим напрямом у сучасній лінгвістиці, оскільки відображає зміни в суспільстві, культурі та технологіях. Аналіз різних способів словотвору нових слів та словосполучень сфери економіки показав, що формування англійських неологізмів економічної сфери 2000-2022 років утворюються за допомогою «аналогійного словотвору» та «рекурсії», словоскладання та різних форм скорочення. Найпродуктивнішими є моделі N + N та Adj. + N. В основному це найменування економічних теорій, систем, моделей бізнесу; різновиди електронної торгівлі; назви підприємств роздрібної торгівлі; форми та стратегії маркетингу; назви валют; осіб, діяльність яких пов’язана з економікою та бізнесом.

У подальших наукових розвідках вважаємо за доцільне досліджувати шляхи поповнення лексичних одиниць економічної сфери та перекладацький аспект неологізмів.

Література:

1. Андрус'як І. В. Англійські неологізми кінця XX століття як складова мовної картини світу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол наук : 10.02.04 / Київ. нац. ун.-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 16 с.
2. Белозьоров М. В. Англійські лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки: структурний, семантичний і соціо-функціональний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол наук : 10.02.04 / Київ. нац. ун.-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2003. 19 с.
3. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов : посібник для перекладацьких відділень вузів. Вінниця : Нова книга, 2003. 160 с.
4. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця : ТВОРИ, 2020. 920 с.
5. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : Англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
6. Крамар Н. Словник англомовних неологізмів XXI століття. К. : ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2022. 240 с.
7. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*, 2005. Вип. 23. С. 16-21.
8. Academic Dictionaries and Encyclopedias. URL: https://new_words.en-academic.com/
9. Aitchison J. Language Change: Progress or Decay? (Cambridge Approaches to Linguistics). Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 324 p.
10. Bauer L. Morphological Productivity. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 245 p.
11. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
12. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. 499 p.
13. Dictionary.com. Meanings & definitions of English words. URL: <https://www.dictionary.com/>
14. Financial and Business terms. URL: https://business_finance.en-academic.com/
15. McEnery T., Hardie A. Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 245 p.
16. Romaine S. Language in Society: An Introduction to Sociolinguistics. Oxford : Oxford University Press, 2000. 248 p.
17. Stockwell P. Cognitive Poetics. London : Routledge, 2019. 256 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9780367854546>.

References:

1. Andrusiak I. V. (2002). Anhliiski neolohizmy kintsia XX stolittia jak skladova movnoii kartyny svitu. [English neologisms as a constituent part of a linguistic map of the world]. Kyiv: Vydavnychy tsestr "Kyivskiy universytet". 16 p. [in Ukrainian].
2. Bieloziorov M. V. (2003). Anhliiski leksychni ta phraseolohichni novotvory u sferi ekonomiky: strukturnyi, semantychnyi sociofunktsionalnyi aspekty. [English lexical and phraseological newforms in the field of economy: structural, semantic, sociofunctional aspects]. Kyiv : Vydavnychy tsestr "Kyivskiy universytet". 19 p. [in Ukrainian].
3. Verba L. H. (2003). Porivnialna leksykologhiia anhliiskoi ta ukrainskoi mov : posibnyk dlia perekladats'kykh viddilen'vuziv. [Comparative lexicology of the English and Ukrainian languages : textbook for translation departments]. Vinnytsia : Nova Knuha. 160 p. [in Ukrainian].
4. Zahnitko A. P. (2020). Suchasnyi linhvistychnyi slovnyk. [Modern linguistic Dictionary]. Vinnytsia : TVORY. 920. [in Ukrainian].
5. Zatsnyi Yu. A., Yankov A. V. (2008). Innovatsii u slovnykovomy skladi anhliiskoi movy pochatku XXI stolittia : anglo-ukrainskyi slovnyk. [Innovations in the Vocabulary of the English Language at the Beginning of the XXI Century: English-Ukrainian Dictionary]. Vinnytsia : Nova knyha. 360 p. [in Ukrainian].
6. Kramar N. (2022). Slovnyk anhlo-movnykh neolohizmiv XXI stolittia. [Dictionary of the English neologisms of the 21st century]. K. : TOV "Ltd "Interservice". 240 p. [in Ukrainian].
7. Levytskyi A. E. (2005). Aktualni problemy rozvytku neolohii (na materialy suchasnoi anhliiskoi movy) [Acute problems of the development of neology (on the basis of modern English)]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Vyp. 23. P. 16-21. [in Ukrainian].
8. Academic Dictionaries and Encyclopedias. URL: https://new_words.en-academic.com/
9. Aitchison J. Language Change: Progress or Decay? (Cambridge Approaches to Linguistics). Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 324 p.
10. Bauer L. Morphological Productivity. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 245 p.
11. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
12. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. 499 p.
13. Dictionary.com. Meanings & definitions of English words. URL: <https://www.dictionary.com/>
14. Financial and Business terms. URL: https://business_finance.en-academic.com/
15. McEnery T., Hardie A. Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 245 p.
16. Romaine S. Language in Society: An Introduction to Sociolinguistics. Oxford : Oxford University Press, 2000. 248 p.
17. Stockwell P. Cognitive Poetics. London : Routledge, 2019. 256 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9780367854546>.