

**Корнєлаєва Є. В.**

Одеський національний морський університет

## ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У СФЕРІ БІЗНЕСУ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ОНЛАЙН ЖУРНАЛУ “THE ECONOMIST”)

*Стаття присвячено дослідженню функціонування англomовних неологізмів у сфері бізнесу (на матеріалі англomовного онлайн журналу “The Economist”). Актуальність цього дослідження зумовлена передусім необхідністю вивчення нової лексики як засобу відображення змін у сучасній лінгвокультурі. Значний інтерес до питання неологізмів пояснюється їх важливою роллю як індикатора розвитку мови, що відображає її адаптацію до умов функціонування під впливом глобалізації бізнесу та економічної діяльності. Неологізми – це нові слова або вирази, які з’являються в мові під впливом технологічних, соціальних чи культурних змін. В економічній діяльності ці зміни можуть бути пов’язані з інноваційними підходами до бізнесу, появою нових технологій чи продуктів, а також з новими тенденціями в організації роботи. У сучасному світі економічна діяльність стає дедалі глобалізованішою, а роль англійської мови як міжнародної мови бізнесу та економіки зростає. Неологізми відіграють важливу роль у розвитку будь-якої мови, адже вони допомагають відобразити нові реалії суспільства, технологічні та економічні зміни. В сучасній сфері бізнесу англійська мова стала глобальною мовою спілкування, тому багато нових понять, які виникають у бізнес-середовищі, одразу формуються або адаптуються англійською мовою. Англomовні неологізми швидко інтегруються в інші мови і активно використовуються в комунікаціях між бізнес-партнерами, у діловій документації, маркетингу та інноваціях. Метою дослідження є розглянути сучасні англomовні неологізми, що з’явилися в бізнес просторі та їх функціонування в англomовному онлайн журналі. Матеріалом цього дослідження слугують неологізми, сталі словосполучення за 2022–2024 роки, які методом суцільної вибірки було вилучено зі словника Cambridge Dictionary та проаналізовано їхнє використання в англomовному онлайн журналі “The Economist”. Доведено, що англomовні неологізми є важливим елементом сучасної бізнес-комунікації, вони допомагають відобразити новітні зміни та тенденції у сфері бізнесу, особливо в умовах глобалізації та розвитку технологій.*

**Ключові слова:** неологізми, бізнес лексика, економічне середовище, словник, англomовний журнал.

**Постановка проблеми.** Сучасний світ дуже швидко змінюється та розвивається. У сучасному світі сфера бізнесу постійно зазнає змін, що пов’язано з глобалізацією, інноваціями та розвитком технологій. Бізнес процеси стають дедалі більш значущими в житті людини – щодня з’являється безліч в друкованих журналах та газетах, в онлайн-виданнях та соціальних мережах, які присвячені актуальним бізнес питанням. Одним із ключових аспектів цієї еволюції є поява та активне використання неологізмів – нових слів та виразів, які виникають у відповідь на зміни в економічному середовищі. Особливо значущими є англomовні неологізми, які проникають у різні мови, що пов’язано зі світовим домінуванням англійської мови в бізнесі та технічних сферах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес збагачення мовної системи новими словами

завжди викликав особливий інтерес у науковців. Питанням дослідження неологізмів займаються багато вчених, серед яких Єнікєєва С.М., Архипенко Л.М., Драбов Н.Ю, Шкурко Т.А., Бондаренко О.М., Пікуш О.І., Гладка В. А., Погоріла А.І., Волкова С.Г., Громовенко В.В., Гурко О.В., Калініук О.О., Козубай І.В., Остафійчук О.Д., Шутова М.О., Зацний Ю.А., Волкова С.Г., Дмитрук О.В. Аналіз наукових досліджень показав, що проблема вивчення неологізмів у сучасній англійській мові ще не достатньо досліджена і вимагає подальшої уваги. У англійській мові майже щогодини з’являється нове слово, що ставить перед дослідниками задачу не тільки зафіксувати ці новоутворення, але й вивчити різні аспекти їхнього функціонування.

**Постановка завдання.** Актуальність дослідження полягає в тому, що на сучасному етапі спо-

стерігається новий імпульс для більш ретельного та глибокого вивчення неологізмів у зв'язку з їх стрімким зростанням. Мета дослідження полягає в тому, щоб розглянути сучасні англomовні неологізми що з'явилися в бізнес просторі та їх функціонування в англomовному онлайн журналі. Сформульована мета передбачає розв'язання низки конкретних завдань: відстежити методом суцільної вибірки та дослідити нові надходження до англomовної лексичної системи неологізмів які відносяться до бізнес-тематики; простежити їх функціонування; сформулювати висновки і пропозиції щодо подальших досліджень в обраному напрямі. Матеріалом для дослідження слугували онлайн словник Cambridge Dictionary та англomовний онлайн журнал "The Economist".

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному світі англійська мова відіграє роль основного засобу міжнародної комунікації, особливо у сфері бізнесу. Широке використання англійської мови в економічних, фінансових і корпоративних процесах обумовлює швидке поширення англomовних неологізмів у глобальній бізнес-культурі. Неологізми, які з'являються в англomовному середовищі, швидко проникають у мови інших країн. Це явище обумовлене глобалізацією, розвитком технологій, новими бізнес-моделями та трендами.

За Академічним тлумачним словником української мови, неологізм – «це нове слово або вислів, що з'являється у мові» [5]. Наталія Драбов зазначає що «термін «неологізм» є не що інше, як новостворена лексична одиниця – слово або фраза, ще не включена до загальноновживаної мови, котра перебуває в процесі входження в загальне використання і є новою або за формою, або за змістом. Таким чином, неологізму зазвичай доводиться пройти кілька стадій соціалізації (прийняття в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мові)» [2, с. 177]. За визначенням Гнедкової О.Г. та Вдович Я.Ф. «неологізм – це запозичена або утворена новостворена лексема, яка з'явилася в мові для позначки нового поняття або явища, проте може не прижитися в мові у зв'язку з припиненням її використання.» [1, с. 21].

Неологізми можуть з'являтися у будь-якій сфері людської діяльності, проте сфера бізнесу є однією з найбільш динамічних областей, де нові терміни з'являються постійно. Це пов'язано з інноваціями, змінами в структурі ринку, розвитком цифрових технологій і глобальним економічним зростанням.

Англійська мова набула статусу лінгва франка у міжнародному бізнесі. Це обумовлено такими

факторами, як домінування англomовних країн у світовій економіці, розвиток глобалізаційних процесів та поширення інноваційних технологій. Поява та широке використання таких понять, як start-up, freelancer, outsourcing, benchmarking, стали важливими елементами сучасної бізнес-лексики. Більшість з цих термінів не мають адекватних перекладів в інших мовах, через що вони або входять у повсякденне мовлення без змін, або адаптуються під граматичні норми відповідних мов.

На думку Капустіної О.В. та Сініціної Н.М. у фінансово-економічній сфері раз у раз виникають слова, або ж терміни, які швидко стають загальноновживаними, 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 переклад текстів з їх використанням [3, с. 219].

У дослідженні Остафійчук О.Д. 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 [4, с. 157].

Англійська мова є основним джерелом неологізмів у сфері міжнародного бізнесу. Відповідно до глобалізаційних процесів, більшість термінів, що використовуються для опису нових бізнес-концепцій, технологій або методологій, спочатку з'являються в англomовному середовищі.

Англomовні неологізми відіграють важливу роль у сучасних бізнес-комунікаціях. Вони сприяють стандартизації термінології на глобальному рівні, що дозволяє фахівцям з різних країн легше спілкуватися та співпрацювати. Використання англomовних термінів підвищує швидкість та ефективність обміну інформацією, оскільки ці слова часто вже є загальноновживаними в міжнародних корпораціях.

У нашому дослідженні було виокремлено англomовні неологізми 2022–2024 років які були зафіксовані в кембриджському словнику, також ми простежили як вони функціонують у сфері бізнесу в англomовному журналі The Economist.

**Meme stock** (noun) – a share in a company that becomes popular with investors through social media [6].

“Six months later, they are still riding high, although at a less stratospheric \$200 whose shares have become overpriced compared with the state of their underlying businesses thanks to a flurry of attention from retail investors on social media. Within a few days GameStop came to exemplify “**meme stocks**”, companies whose shares have become overpriced compared with the state of their underlying businesses thanks to a flurry of attention from retail investors on social media” [7].

**Neobank** (noun) – a type of bank that provides only online banking services and has no physical branches [6].

“The company is one of a hundred-odd “**neobanks**” vying to shake up retail banking in America, and which have exploded in size and number in the past year. On August 13th Chime, the country’s biggest neobank, raised a round of funding that valued it at \$25bn – about the same as America’s 13th largest listed bank” [7].

**Vibecession** (noun) – a period during which people feel very worried and pessimistic about the economy when in fact it is in a strong position [6].

“Since the covid-19 pandemic began, consumer sentiment has been in the doldrums, hitting its lowest level ever in June 2022. Such negativity has prompted claims that the country is suffering a “**vibecession**” – although the market appears healthy, good vibes are lacking” [7].

**Wokewashing** (noun) – behaviour or activities to make people believe that a company cares more about social problems such as racism and inequality than it really does [6].

“Some have detected and decried **wokewashing**, the ruse of polishing a brand-usually a company’s – by talking allyship while doing the opposite. Woke-washing is a mutation of the older virtue-signalling. Signalling virtue is no bad thing, but the phrase has come to mean merely parading purity and doing little” [7].

**Conversational commerce** (noun) – the use of chatbots and other machine learning technology to make people feel they are talking to a real person when they buy things, ask for advice etc. online [6].

“LVMH, a French luxury-goods conglomerate, is testing out messaging, according to Jeroen van Glabbeek, chief executive of CM.com, a Dutch **conversational commerce** platform. “**C-commerce**” is already entrenched in Asia and Latin America, where spotty access to broadband and high-quality devices puts e-commerce and company-specific apps out of reach for many” [7].

**Immaculate disinflation** (noun) – the situation where inflation falls but this does not lead to a rise in unemployment, which would usually be expected [6].

“The central bank’s latest projections are rosy, portraying what its critics have dubbed an “**immaculate disinflation**”: three years of steadily falling inflation, despite GDP growth remaining above its long-run trend and both the unemployment rate and the Fed’s policy rate remaining unusually low. Mr Powell may have given up calling inflation “transitory”, but these forecasts make sense only if inflation goes away of its own accord” [7].

**RTO “return-to-office”** – going back to the workplace after working from home during and after the Covid pandemic [6].

“For staff at America’s biggest lender and other Wall Street stalwarts like Goldman Sachs, five-day weeks are back for good. Big tech firms are also cracking the whip. Google’s **return-to-office** mandate threatens to track attendance and factor it in performance reviews” [7].

**Proximity bias** (noun) – the way in which people, usually managers, are more likely to treat an employee better if the employee is physically present in the workplace rather than working remotely [6].

“One of the great worries about hybrid working is that it can encourage “**proximity bias**”, the phenomenon whereby bosses prefer employees with whom they have more face-to-face contact (“Fred may be useless but at least he’s being useless here”)” [7].

**Friendshoring** (noun) – the practice of operating a business or part of a business in a country that is an ally [6].

“What is friendshoring? It happens when a government pushes businesses to restructure supply chains, shifting production away from geopolitical rivals to friendly powers. The Biden administration’s ban on American investment in Chinese technology this month is one example. **Friendshoring** is similar to nearshoring, which moves production closer to home” [7].

**Nearshoring** (noun) – the practice of operating a business or part of a business in a nearby country, usually because this involves paying less tax or other costs but is still close enough to be convenient [6].

“So it was with a Ken-like spring in his step that your columnist travelled to Monterrey, in northern Mexico, this month to witness the way Mattel has consolidated its North American manufacturing operations into a single Mexican factory, its biggest in the world. He was hoping that Barbie, as well as becoming a star of the silver screen, could also become emblematic of a hot new trend in trade: **nearshoring**” [7].

**Crypto winter** (noun) – a situation when the price of cryptocurrency falls and remains very low for a long period of time [6].

*“...just as bitcoin was nearing \$20,000 for the first time, a regulatory crackdown triggered a “crypto winter” – a period of depressed prices – that lasted nearly three years. In May this year frost set in after China clamped down on crypto transactions, bringing bitcoin down by half from its peak of \$64,900” [7].*

**Boomerang employee** (noun) – someone who goes back to work for a company they have already worked for in the past [6].

*“Companies can nonetheless be wedded to the idea of loyalty. The group of employees who left Shockley Semiconductor Lab in the 1950s to found Fairchild Semiconductor was famously dubbed the “traitorous eight”. Some of that attitude still prevails. But unless you are a member of the mafia or a cleric, joining a competitor is neither treachery nor heresy. Indeed, boomerang employees – people who leave an employer and then come back – can offer a valuable blend of known quantity and new skills” [7].*

**Director of first impressions** (noun) – someone who works in an office or hotel and whose job is to welcome and help visitors [6].

*“Plenty of companies now employ a “director of first impressions”, a job whose responsibilities include greeting all visitors at the front desk, almost as if you were meeting a receptionist. At Hudson Yards, a development in midtown Manhattan, advertisements tell candidates for one role that they are expected to “curate experiences” for visitors if they have questions” [7].*

**Quiet quitting** (noun) – the activity of doing the minimum amount of work needed to keep one’s job but with no enthusiasm or commitment [6].

*“In the past few weeks the term “quiet quitting” has entered conversations about the workplace. A 17-second clip on TikTok, a social-media platform, in which an American called Zaid Khan embraces the notion of not going above and beyond at work, has caused an awful lot of noise” [7].*

**Shrinkflation** (noun) – the situation when the price of a product stays the same but its size gets smaller [6].

*“The logic of shrinkflation is that consumers are less likely to notice it than its alternative: higher prices. For years, the government has worked on the same principle. Taxpayers paid roughly the same, but state services withered” [7].*

**Greedflation** (noun) – the situation when companies use inflation as an excuse to increase their prices

more than necessary in order to make as much money as they can [6].

*“The “greedflation” thesis is in part a reaction against another common explanation for inflation: that it is driven by fast-growing wages. Central bankers live in fear of wage-price spirals” [7].*

**Greenhushing** (noun) – when a company does not mention how sustainable or environmentally friendly its products or services are in case doing so leaves it open to criticism [6].

*“Since then, companies have had a rethink. One way they have done so is by making political donations more bipartisan. Another is to go quiet on their climate commitments, a tactic known as “greenhushing”. Equally quietly, some asset managers are lobbying state governments to reverse their ESG prohibitions” [7].*

**Greenflation** (noun) – an increase in prices resulting from the move to a green economy [6].

*“Shortages and greenflation will end the age of idealism on energy policy” [7].*

**DAO “decentralized autonomous organization”** (noun) – an organisation or company that exists online and is managed according to a set of rules that exist in the form of computer code, with financial transactions being carried out by members using cryptocurrency [6].

*“But for most people the most baffling element of this story is not why a DAO, or “decentralised autonomous organisation”, bought an old book. It is: what on earth is a DAO in the first place? Bitcoin and Ethereum, two blockchains, are not companies. They do not have chief executives to manage them or board members to oversee their running” [7].*

**The Great Resignation** (noun) – a trend in the employment market during 2020 and 2021 that has seen a much larger number of people than usual resign from their job [6].

*“Seattle seems like an example of what Anthony Klotz of Texas A&M University has called the “great resignation”. That memorable term has quickly become a corporate buzzword, spouted on companies’ earnings calls and at cocktail receptions. It has also made waves online” [7].*

**Висновки.** Англomовні неологізми відіграють важливу роль у сфері бізнесу, стаючи інструментом для опису нових технологій, бізнес-моделей і корпоративних процесів. Їхній вплив на міжнародну комунікацію значний, оскільки вони сприяють уніфікації бізнес-термінології та полегшують взаєморозуміння між представниками різних країн. Розвиток бізнес-лексикону за рахунок англomовних неологізмів є невід’ємною

частиною сучасної глобальної економіки. Це вимагає від компаній і підприємців не тільки адаптуватися до нових реалій, але й знаходити оптимальні підходи для інтеграції нових знань у свою роботу. Щорічно лексичний склад англійської мови поповнюється безліччю нових слів і виразів, які можуть стати об'єктом подальшого дослідження лінгвістів.

#### Список літератури:

1. Гнедкова О.Г., Вдодович Я.Ф. Англomовні неологізми у сфері бізнесу: переклад та адаптація. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Том 32. № 6. Ч. 3. С. 20–24. URL: [https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6\\_2021/part\\_3/4.pdf](https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/4.pdf) (дата звернення 10.09.2024)
2. Драбов Н. До питання перекладу англійських неологізмів. Актуальні питання гуманітарних наук. 2015. № 13. С. 176–181. URL: [http://www.apfn-journal.in.ua/archive/13\\_2015/23.pdf](http://www.apfn-journal.in.ua/archive/13_2015/23.pdf) (дата звернення 12.09.2024)
3. 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: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/034f95f0-4f40-477a-9476-c6507682d205/content> (дата звернення 13.09.2024)
4. 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. URL: [https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3\\_2020/part\\_1/30.pdf](https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_1/30.pdf) (дата звернення 08.09.2024)
5. Словник української мови. Академічний тлумачний словник. URL: <https://sum.in.ua/> (дата звернення 12.09.2024)
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення 15.09.2024)
7. The Economist. URL: <https://www.economist.com/> (дата звернення 17.09.2024)

#### **Kornelaieva Ye. V. FUNCTIONING OF ENGLISH-LANGUAGE NEOLOGISMS IN THE AREAS OF BUSINESS (BASED ON THE ENGLISH-LANGUAGE MAGAZINE “THE ECONOMIST”)**

*The article is devoted to the study of the functioning of English-language neologisms in the areas of business (based on the English-language online magazine “The Economist”). The novelty of the research is primarily due to the need to study new vocabulary as a means of reflecting the changes occurring in modern linguistic culture. Significant interest in the issue of neologisms is explained by their important role as an indicator of language development, which reflects its adaptation to the conditions of functioning under the influence of globalization of business and economic activity. Neologisms are new words or expressions that appear in a language under the influence of technological, social or cultural changes. In economic activity, these changes may be associated with innovative approaches to business, the emergence of new technologies or products, as well as with new trends in the organization of work. In today's world, economic activity is becoming more and more globalized, and the role of English as the international language of business and economics is growing. Neologisms play an important role in the development of any language, because they help to reflect the new realities of society, technological and economic changes. In the modern business sphere, English has become a global language of communication, so many new concepts that arise in the business environment are immediately formed or adapted in English language. English-language neologisms are quickly integrated into other languages and are actively used in communications between business partners, in business documentation, marketing and innovation. The purpose of the research is to consider modern English-language neologisms that appeared in the business area and their functioning in an English-language online magazine. The material of this research is neologisms, constant word combinations for the years 2022–2024, which were extracted from the Cambridge Dictionary by the continuous sampling method and analyzed their usage in the English-language online magazine “The Economist”. It has been proven that English neologisms are an important element of modern business communication, they help to reflect the latest changes and trends in the sphere of business, especially in the conditions of globalization and technological development.*

**Key words:** neologisms, business vocabulary, business sphere, economic environment, dictionary, English-language magazine.