

УДК 81'373.612.2:81'25:81'1
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/11>

Шишко А. В.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Пономаренко О. О.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ТА НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Стаття присвячена комплексному порівняльному аналізу перекладу неологізмів, що вживаються у сучасних англomовних та німецькомовних медіа текстах, українською мовою. Актуальність дослідження зумовлена активною інтеграцією нових лексичних одиниць у світовий інформаційний простір та необхідністю їхньої адекватної адаптації у перекладному дискурсі. Відтворення цих неологізмів українською мовою є важливим завданням сучасного перекладознавства, оскільки їхня адаптація визначає рівень інтеграції нових концептів у мовний простір цільової аудиторії. Особливу увагу приділено збереженню семантичної точності, прагматичної еквівалентності та функціональної адекватності під час адаптації неологізмів в українському медійному дискурсі. Розглянуто основні словотвірні механізми формування нових термінів в англійській та німецькій мовах, а також визначено найбільш продуктивні трансляційні стратегії їхнього перекладу. У статті систематизовано й класифіковано такі методи перекладу, як калькування, адаптація, транскрипція, транслітерація, гібридне запозичення та описовий переклад. Проаналізовано труднощі, пов'язані із збереженням вихідного значення, прагматичного навантаження та структурної відповідності в мові перекладу. На основі проведеного аналізу виявлено особливості перекладу сучасних термінів, таких як «vibe shift», «cancel culture», «Flugscham», «Klimakleber» тощо, та досліджено варіанти їхньої адаптації в українському медійному просторі. Отримані результати засвідчують існування різних підходів до перекладу неологізмів залежно від їхнього походження, морфологічної структури та контексту вживання. Дослідження сприяє поглибленню розуміння впливу медіа контенту на мовний ландшафт і вдосконаленню методологічних засад перекладу нових лексичних одиниць у сучасному медійному дискурсі.

Ключові слова: адаптація, калькування, медіа контент, мовна еволюція, описовий переклад, транслітерація.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі неологізми постають важливими лінгвістичними маркерами суспільних трансформацій, відображаючи динаміку соціальних, культурних, економічних і технологічних змін. Англomовні та німецькомовні медіа тексти відіграють ключову роль у продукуванні, а також популяризації нових лексичних одиниць, які активно циркулюють у цифрових комунікативних просторах і традиційних медіа. Переклад неологізмів українською мовою є важливим завданням сучасного перекладознавства, оскільки їхня адаптація визначає рівень інтеграції нових концептів у мовний простір цільової аудиторії [3, с. 128]. Попри численні дослідження, які розглядають проблему запозичень та адаптації іншомовних лексем [2; 4;

5], аспекти перекладу неологізмів у медійному контексті залишаються недостатньо вивченими, особливо з урахуванням порівняльного аналізу англomовних та німецькомовних джерел. Різні моделі словотвору, культурні особливості, а також варіативність сприйняття нових термінів обумовлюють необхідність ретельного аналізу перекладацьких стратегій, які здатні забезпечити семантичну точність, прагматичну еквівалентність і функціональну відповідність нових лексичних одиниць у мові перекладу.

Отже, необхідність проведення порівняльного аналізу перекладу неологізмів з англomовних та німецькомовних медіа текстів українською мовою є актуальним завданням сучасної лінгвістики. У цьому контексті необхідно не лише систематизувати основні способи адаптації нових лексич-

них одиниць, але й визначити ефективні методи їх впровадження в український медіа дискурс.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження неологізмів у сучасних англomовних та німецькомовних медіа охоплюють широкий спектр питань. Науковці зосереджують увагу на неологізмах, що виникли внаслідок глобальних подій, наприклад, Є. Корнелаєва [3] аналізує лексичні інновації, що з'явилися під час пандемії COVID-19 у британських медіа. Г. Вусик і Н. Павлик [1] вивчають неологізми, пов'язані з російсько-українською війною, визначаючи їхню роль у формуванні національної ідентичності. Подібний підхід використовує О. Щербак [9], розглядаючи лінгвориторичні стратегії репрезентації війни в німецькомовних медіа. Перекладацькі підходи до адаптації термінологічних неологізмів досліджують О. Гнедкова та Я. Водович [2], а також Н. Сухачова [8]. Л. Підкамінна [7] звертається до проблеми номінації нових професійних назв в українській мові, що також є важливим аспектом перекладної адаптації. Дослідження перекладу неологізмів у медіа просторі представлено у працях С. Литвин та О. Щербак [5], які розглядають стратегії адаптації заголовків англomовних та німецькомовних новин. Це дослідження є особливо значущим, оскільки заголовки часто стають носіями нових термінів, що швидко поширюються в суспільному дискурсі. До узагальнюючих праць, що охоплюють широке коло питань, належать дослідження О. Остафійчука [6] та О. Костенко [4], які аналізують процеси утворення, функціонування та перекладу англomовних неологізмів в українському дискурсі.

Таким чином, аналіз літератури підтверджує актуальність дослідження перекладу неологізмів та засвідчує необхідність подальших наукових пошуків, зокрема у сфері міжкультурної комунікації та трансляційних стратегій адаптації нових лексичних одиниць.

Постановка завдання. Метою статті є здійснення порівняльного аналізу перекладу неологізмів із сучасних англomовних та німецькомовних медіа текстів українською мовою з урахуванням семантичної точності, прагматичної еквівалентності та функціональної адекватності у процесі їх адаптації в українському медійному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. У широкому сенсі неологізм – це лексична інновація, що відображає процеси мовної динаміки та реакцію мовної системи на екстралінгвістичні зміни. Фахівцями встановлено, що неологізм може бути створений через деривацію, словоскла-

дання, семантичну неологізацію або запозичення й адаптацію іншомовних лексем. Функціональна природа цих одиниць залежить від їхнього прагматичного навантаження, частотності вживання й соціолінгвістичного статусу, а їхня стабілізація у мовній системі є наслідком стилістичної релевантності та когнітивного сприйняття носіями мови. При перекладі неологізмів з англійської та німецької мов на українську застосовуються різноманітні трансляційні стратегії, що відображають як структурні особливості мови оригіналу та мови перекладу, так і прагматичні аспекти функціонування нових лексичних одиниць у дискурсі. До основних перекладацьких стратегій, які використовують перекладачі у процесі відтворення неологізмів українською мовою, належать калькування, тобто механічне відтворення внутрішньої структури іншомовного неологізму за допомогою відповідних українських елементів («metaverse» – «метавесесвіт»); фонетична або графічна адаптація («Brexіt» – «Брекзит»); семантична адаптація («fake news» – «фейкові новини», «cancel culture» – «культура скасування»). Іноді використовується гібридне запозичення, тобто інтеграція іншомовної лексики шляхом поєднання її з елементами української мови, що сприяє її кращій сприйнятності в україномовному дискурсі («streaming-сервіс», «блокчейн-технології»). Окрім того, перекладачі вдаються до адаптації через семантичне розширення або звуження значення – модифікація початкового змісту іншомовного неологізму відповідно до українських комунікативних норм («influencer» – «лідер думок»), що зменшує сферу вживання терміна, зосереджуючи його лише на суспільному впливі.

Порівнюючи переклад неологізмів з англійської та німецької мов, можна відзначити, що англomовні неологізми частіше проникають у світовий медіа простір у формі запозичень без адаптації («streaming», «blockchain»), тоді як німецькомовні неологізми зазвичай мають описовий характер («Datenautobahn» – «інформаційна магістраль»). Німецька мова тяжіє до словоскладання, що створює труднощі у перекладі, оскільки довгі складні слова часто потребують розчленованого підходу. Відповідно, в українській мові частіше використовується калькування для англійських неологізмів і описовий переклад для німецьких.

Згідно з результатами аналізу англomовного медіа контенту, в його текстах активно використовуються неологізми з таких сфер, як технології та цифровий світ («Chatbotification» – «процес автоматизації комунікації за допомогою

чат-ботів»; **«Deinfluencing»** – «тренд у соціальних мережах, спрямований на зменшення впливу інфлюенсерів»; **«Dark UX»** – «маніпулятивні дизайнерські рішення, які змушують користувачів здійснювати небажані дії»; соціальні тенденції та комунікація (**«Goblin mode»** – «стиль життя, що характеризується відмовою від соціальних норм і безтурботним ставленням»; **«Quiet quitting»** – «ситуація, коли працівник виконує лише мінімально необхідні обов'язки без додаткової ініціативи»; **«Climatxiety»** – «тривога через глобальні зміни клімату»). Неологізми зафіксовано також у текстах культурної тематики та стилю життя (**«Cottagecore»** – «стиль життя та естетика, що ідеалізує сільське життя»; **«Vibe shift»** – «значні зміни в культурних чи соціальних тенденціях»); а також економіки та праці (**«Career cushioning»** – «стратегія пошуку нових можливостей роботи ще до втрати поточної»; **«Boomerang employee»** – «працівник, який повертається до компанії після звільнення»).

У заголовку статті *«The viral quiz of the year! What exactly was goblin mode and how did Louis Theroux set TikTok ablaze?»* від 27 грудня 2022 року, розміщеної на сайті **The Guardian** [11], зафіксовано неологічні словосполучення **«Goblin mode»** та **«Set TikTok ablaze»**. Перший означає стиль життя, за якого людина відмовляється від соціальних норм і веде безладне, неорганізоване існування, а фраза **«Set TikTok ablaze»** вказує на те, що щось стало вірусним у TikTok. Відтворюючи зазначені неологізми українською мовою, можна використати такі стратегії перекладу, як калькування, описовий переклад або запозичення зі зміною форми. Застосовуючи калькування, перекладач здійснює дослівний переклад – «гоблін-режим», що передає оригінальну форму, але може потребувати пояснення. Зі свого боку, описовий переклад («режим повного нехлюйства» / «антисоціальний режим поведінки»), на нашу думку, буде важким для сприйняття українськомовним реципієнтом, особливо, якщо він застосовується для перекладу заголовка. Адаптація під сучасну українську лексику за допомогою запозичення зі зміною форми може звучати як «гоблін-лайфстайл». З огляду на це, кращим перекладом з адаптацією до контексту став би варіант «Що таке гоблін-режим і як Луїс Теру підірвав TikTok?».

У заголовку статті *«‘Quiet quitting?’ Everything about this so-called trend is nonsense»* [11] від 8 березня 2022 року вжито неологізм **«Quiet quitting»**, який позначає сучасну тенденцію вико-

нання лише мінімально необхідних обов'язків на роботі без додаткової ініціативи.

У контексті аналізованого заголовка можна використовувати для перекладу неологізму **«quieting»** калькування та описовий переклад. При застосуванні калькування отримаємо українські слова «звільнення», що може бути не зовсім точним у цьому випадку, а також «тихе звільнення» – більш точне, але може викликати неоднозначне розуміння, за описового перекладу – «відмова від зайвої ініціативи на роботі» або «робочий мінімалізм». На нашу думку, кращим варіантом перекладу може бути «Тренд «тихого звільнення» – чи справді він існує, чи це лише медійний шум?», оскільки цей варіант передає основний зміст і зберігає контекст.

У статті під назвою *«If popular culture is anything to go by, 2024 is the year we simply gave up»* [11] від 30 грудня 2024 року зафіксовано неологізм **vibe shift**: *«If the 2010s were a battle cry against the excesses of capitalism, social injustice and climate breakdown, popular culture in 2024 seemed to have given up the fight. Of course, the cultural pendulum will no doubt swing back again. In his missive on the next «vibe shift», written after Donald Trump's re-election, Monahan writes: «The vibe shift this time is a story about progressive millennials realising that when they declared total victory for their politics in 2020 – it was a pyrrhic victory ...».*

Виокремлений неологізм – **vibe shift** – позначає зміну культурних та суспільних тенденцій, що впливають на сприйняття та поведінку людей. Якщо для перекладу цього неологізму використати калькування – **зміна вайбу** – то він буде звучати природно для молодіжної аудиторії, але менш формально. Більш офіційно і зрозуміло широкій аудиторії, на нашу думку, підійдуть варіанти **«зміна культурних тенденцій»**, **«зміна культурного курсу»** та **«культурний зсув»**, який отримаємо, застосовуючи описовий переклад, оскільки вони зберігають значення і звучать природно в контексті змін у суспільстві. З огляду на зазначене, найкращим перекладом фрагмента статті з аналізованим неологізмом стане: «Якщо 2010-ті були гаслом протесту проти надмірностей капіталізму, соціальної несправедливості та кліматичної кризи, то популярна культура 2024 року, здається, здалася. Звісно, культурний маятник неминуче знову хитнеться. У своїй статті про наступний **культурний зсув**, написаній після переобрання Дональда Трампа, Монаган пише: «Цього разу **зміна культурного курсу** – це історія про те, як

прогресивні міленіали усвідомлюють, що їхня перемога у 2020 році була пірвою...».

До німецькомовних неологізмів, що активно використовуються в медіа, належать технології та цифровий світ, екологія та кліматичні зміни («*Flugscham*» – «почуття сорому за використання літаків через їхній екологічний вплив»; «*Plastikvermeidung*» – «уникнення використання пластику»; «*Klimakleber*» – «активісти, які приклеюються до доріг або будівель на знак протесту проти змін клімату»), соціальні явища та робота («*Arbeitsnomade*» – «цифровий кочівник, який працює дистанційно з різних місць»), культура, медіа та стиль життя («*Nachhaltigkeit*» – «стійкість, екологічно свідомий спосіб життя»; «*Gönnjatin*» – «людина, яка любить себе балувати», від «*gönnen*» – «дозволяти собі щось приємне»).

У статті «*Auf Tuchfühlung mit den Wählern*» [10] від 5 вересня 2024 року зафіксовано декілька неологізмів у контексті «*Ukraine, Digitalisierung, Reichensteuer, Tempolimit, Mietpreisbremse, Klimakleber – das Kanzlergespräch ist ein Ritt durch das, was das Volk bewegt*», які можна проаналізувати у процесі перекладу та їхнього впливу на медіа дискурс. Термін «**Digitalisierung**» позначає «цифровізацію», тобто «процес переходу до цифрових технологій у різних сферах життя». «**Reichensteuer**», що дослівно означає «податок для багатих», використовується для позначення прогресивного оподаткування заможних осіб. Поняття «**Tempolimit**» стосується «обмеження швидкості», яке часто стає предметом обговорень щодо швидкісних обмежень на німецьких автобанах. «**Mietpreisbremse**», або «обмеження зростання орендної плати», є механізмом регулювання ринку житла, який активно дискутується у політичному середовищі. Цікавий термін «**Klimakleber**» дослівно перекладається як «кліматичні клейщики» і стосується екоактивістів, які вдаються до радикальних методів протесту, приклеюючись до доріг чи будівель, щоб привернути увагу до проблеми змін клімату.

Переклад цих термінів українською мовою може здійснюватися різними стратегіями. Зокрема, калькування передбачає дослівне відтворення форми оригінального слова: «*Digitalisierung*» – «цифровізація», «*Tempolimit*» – «швидкісне обмеження», «*Mietpreisbremse*» – «гальмо орендних цін» (хоча цей варіант може виглядати неприродно). Описовий переклад допомагає передати зміст терміна через пояснення: «*Reichensteuer*» – «податок для заможних», «*Mietpreisbremse*» – «механізм обме-

ження орендної плати», «*Klimakleber*» – «екоактивісти, що використовують акції з приклеюванням». Ще одна стратегія – адаптація, яка наближує терміни до звичних понять у цільовій мові: «*Reichensteuer*» – «податок на розкіш», «*Klimakleber*» – «кліматичні протестувальники».

Таким чином, правильний вибір стратегії перекладу залежить від контексту використання, рівня формальності тексту та очікувань цільової аудиторії. Усі розглянуті неологізми є ключовими для розуміння сучасної німецькомовної медіа сфери та суспільного дискурсу.

У статті «*Sparpläne der Verkehrsbetriebe in Dresden: Aufgeschoben ist nicht aufgehoben*» [10] від 12 лютого 2025 року використано неологізм «*Nachhaltigkeit*» у контексті: «*Heine zufolge war schon im Vorfeld der Ratssitzung nicht mit einer Entscheidung im Sinne einer auf **Nachhaltigkeit** angelegten Finanzierung zu rechnen gewesen*». Це слово означає «сталий розвиток» або «екологічну стійкість» і відіграє важливу роль у сучасних дискусіях щодо довгострокових екологічних та фінансових стратегій. Переклад цього терміна українською мовою може здійснюватися за допомогою різних стратегій. Калькування передбачає безпосередній переклад: «сталий розвиток» або «екологічна стійкість», причому перший варіант є більш універсальним, а другий частіше використовується в контексті екологічної політики. Описовий переклад передбачає розширене пояснення значення, наприклад, «фінансування, спрямоване на збереження довкілля та раціональне використання ресурсів» або «екологічно орієнтоване фінансування». Ще одним підходом є запозичення з адаптацією, де можливий варіант «зелене фінансування», що часто застосовується у фінансовій термінології як аналог німецького «*grüne Finanzierung*».

Залежно від контексту слід обирати відповідну стратегію. У цьому випадку оптимальним варіантом перекладу є «сталий розвиток» або «екологічна стійкість», оскільки термін «*Nachhaltigkeit*» використовується для позначення фінансування, орієнтованого на довгострокову екологічну та економічну стабільність. Відповідно, найкращим перекладом наведеної фрази буде: «За словами Гайне, вже напередодні засідання ради не варто було очікувати рішення у напрямку фінансування, орієнтованого на **сталий розвиток**».

У статті «*Deutschland ist im Reisefieber*» [10] від 28 травня 2024 року розглядається феномен збільшення авіаподорожей, попри зростаючу екологічну свідомість населення. У наведеному реченні

«Und wo bleibt die *Flugscham*?» використано неологізм «Flugscham», що є ключовим терміном у сучасних екологічних дискусіях. Це слово утворене шляхом словоскладання від «Flug» («*політ*») і «Scham» («*сором*») та означає почуття провини, яке люди відчувають через часті авіаперельоти, що негативно впливають на довкілля. Термін набув популярності на тлі суспільних дебатів щодо змін клімату та шкідливих викидів CO₂, спричинених авіацією.

При перекладі «Flugscham» українською мовою можливі кілька варіантів. Калькування дає «авіасором» – компактний і точний відповідник, що зберігає семантичну суть оригінального слова. Описовий переклад передає значення через розширене пояснення: «почуття провини за авіаподорожі». Існує також варіант запозичення зі зміною форми – «флюгшам».

Неологізм «Flugscham» широко вживається в німецькомовних медіа, особливо у статтях, що стосуються екологічних проблем та сталого розвитку. У наведеному контексті найкращим варіантом перекладу є «авіасором», оскільки він точно передає зміст поняття і залишається коротким. Водночас, якщо метою є забезпечення кращої зрозумілості для широкої аудиторії, доцільним є використання описового перекладу «почуття провини за авіаподорожі».

Отже, переклад неологізмів є складним процесом, що пов'язаний із низкою викликів. Одним із головних завдань перекладача є збереження семантичної точності та прагматичної еквівалентності, оскільки нові терміни часто містять специфічні конотації, які можуть змінюватися

залежно від контексту. Важливо також забезпечити баланс між зрозумілістю для української аудиторії та відповідністю вихідному тексту, адже надто буквальний переклад може бути незрозумілим, тоді як надто адаптований – втратити первісний зміст.

Додаткову складність створює різний ступінь запозиченості термінів в українській мові з англійської та німецької. Деякі запозичення вже міцно закріпилися у вжитку, тоді як інші залишаються рідковживаними або потребують додаткового пояснення. Окрім цього, проблема перекладу загострюється через відсутність усталеної термінології для деяких неологізмів, що змушує перекладачів обирати між калькуванням, описовим перекладом чи запозиченням.

Таким чином, переклад неологізмів вимагає ретельного аналізу контексту, гнучкого підходу та врахування мовних тенденцій, щоб забезпечити точність, природність і зрозумілість цільового тексту.

Висновки. Переклад неологізмів з англійських та німецьких медіа текстів українською мовою вимагає використання різних трансляційних стратегій залежно від морфологічної структури, семантичного навантаження та частотності вживання лексичних одиниць. Англійські неологізми часто залишаються без змін або калькуються, тоді як німецькі частіше адаптуються описовим методом. З огляду на динаміку розвитку мов і технологій, подальші дослідження у цій сфері можуть сприяти формуванню більш узгоджених підходів до перекладу нових лексичних одиниць у медіа просторі.

Список літератури:

1. Вусик Г. Л., Павлик Н. В. Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2023 року. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 11, № 3. С. 52–57.
2. Гнедкова О. Г., Вдович Я. Ф. Англomовні неологізми у сфері бізнесу: переклад та адаптація. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71), № 6, ч. 3. С. 20–24.
3. Корнеласва Є. В. Англomовні неологізми в епоху пандемії COVID-19 (на матеріалі британського вебсайту новин The Independent). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71), № 5, ч. 1. С. 127–132.
4. Костенко О. Г. Сучасні англійські неологізми та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. № 13, т. 2. С. 97–100.
5. Литвин С. В., Щербак О. М. Лінгвориторичний аспект перекладу заголовків англо- та німецькомовних новин. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 11(29). С. 444–456.
6. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31(70), № 3, ч. 1. С. 156–160.
7. Підкамінна Л. В. Неологізми в назвах професій у сучасній українській мові. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 24, № 2. С. 7–11.

8. Сухачова Н. С. Неологізми англomовної економічної терміносистеми: лінгвопрагматичний аспект. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Філологічні науки*. 2021. № 7. С. 153–160.
9. Щербак О. М. Лінгвориторичні стратегії зображення російсько-української війни 2022 року (на матеріалі повідомлень німецькомовного сайту Tagesschau.de). *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. № 16. С. 219–225.
10. Tagesschau.de. URL: <https://www.tagesschau.de/>
11. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/>

Shyshko A. V., Ponomarenko O. O. A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TRANSLATION OF NEOLOGISMS IN MODERN ENGLISH AND GERMAN MEDIA TEXTS INTO UKRAINIAN

The article is devoted to a comprehensive comparative analysis of the translation of neologisms used in modern English and German-language media texts into Ukrainian. The relevance of the study is due to the active integration of new lexical items into the global information space and the need for their adequate adaptation in the translated discourse. The reproduction of these neologisms in Ukrainian is an important task of modern translation studies, since their adaptation determines the level of integration of new concepts into the linguistic space of the target audience. Particular attention is paid to the preservation of semantic accuracy, pragmatic equivalence and functional adequacy in the adaptation of neologisms in the Ukrainian media discourse. The main word-formation mechanisms of new terms in English and German are considered, and the most productive translation strategies for their translation are identified. The article systematizes and classifies such translation methods as calquing, adaptation, transcription, transliteration, hybrid borrowing, and descriptive translation. The author analyzes the difficulties associated with preserving the original meaning, pragmatic load and structural consistency in the target language. Based on the analysis, the article reveals the peculiarities of translating modern terms such as «vibe shift», «cancel culture», «Flugscham», «Klimakleber», etc. and explores the options for their adaptation in the Ukrainian media space. The results obtained show that there are different approaches to the translation of neologisms depending on their origin, morphological structure and context of use. The study contributes to deepening the understanding of the impact of media content on the linguistic landscape and improving the methodological foundations for translating new lexical items in modern media discourse.

Key words: adaptation, calquing, media content, language evolution, descriptive translation, transliteration.