

მასმედიაში გამოყენებული ნეოლოგიზმები და მათი თარგმნის

სპეციფიკა

თათია კეკელია

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე ანგლისტიკაში ფილოლოგიის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

უცხო ენათა ფილოლოგია (ანგლისტიკა, გერმანული ფილოლოგია, რომანული
ფილოლოგია) და შედარებითი ლიტერატურათმცოდნეობა
(მიმართულება: ანგლისტიკა)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო მატარაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2014

სარჩევი

ინგლისურენოვანი რეზიუმე	3
შესავალი	4
თავი 1. ნეოლოგიზმები და მათ ლინგვისტური თავისებურებები	
1.1. ნეოლოგიზმი – დეფინიცია და წარმოშობის ისტორია.....	6
1.2. ნეოლოგიზმების გავრცელების სტადიები.....	8
1.3. ნეოლოგიზმთა სტრუქტურულ-სემანტიკური კლასიფიკაცია.....	10
1.4. ნეოლოგიზმის წარმოების მოდელები.....	14
1.5. ნეოლოგიზმის გამოყენების სფეროები.....	18
1.6. ნეოლოგიზმის ფუნქციონირება სოციალური დიფერენციაციის ასპექტში.....	20
თავი 2. ნეოლოგიზმები და მას-მედია	
2.1. ნეოლოგიზმები ინგლისურენოვანი მასმედიის ენაში.....	27
2.2. ნეოლოგიზმები ქართულენოვანი მასმედიის ენაში	31
თავი 3. ნეოლოგიზმები და მისი თარგმნის თავისებურებები	
3.1. ნეოლოგიზმების თარგმნის ხერხები.....	35
3.2. ნეოლოგიზმების თარგმნის ანალიზი.....	37
დასკვნა	41
ბიბლიოგრაფია	42
დანართი.....	49

Neologisms in Mass Media and their Translation

Summary

The paper deals with the problem of translating neologisms and their impact on Georgian mass media. The relevance of the topic is determined by a swift entering of English neologisms in contemporary Georgian mass media.

The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of references and an appendix.

The first chapter provides an overview of the history and types of neologism. The second chapter focuses on the major problems associated with the translation of neologisms in general and from English into Georgian in particular. It also analyses the influence of neologisms on Georgian mass media. The research is based on the comparative analysis of different kinds of English neologisms selected from a variety of media articles and their Georgian translations.

The conclusion summarizes the results of analysis and provides a classification of translated English neologisms into Georgian mass media .

The appendix contains a list of neologisms and their Georgian equivalents analyzed in the thesis.