УДК 811.161.2’373.45:050:004

Роман Вишнівський

АНГЛІЙСЬКІ ВАРВАРИЗМИ У МОВІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ

На матеріалі сучасних українських електронних ЗМІ розглянуто особливості вживання варваризмів англійського походження, їхні характерні риси, основні причини їх використання. Виокремлено групи англійських варваризмів, які у публіцистичних текстах передаються кирилицею за допомогою транскрипції або транслітерації; мають різні варіанти написання; зберігають латинську графіку; проходять стадію асиміляції на морфологічному рівні; утворюють складні слова на основі лексем мови-реципієнта або ж раніше запозичених слів; беруть участь у процесі словотворення за допомогою продуктивних суфіксів української мови; переходять з однієї частини мови в іншу без використання словотвірних афіксів.

Ключові слова: *ознаки варваризмів, причини вживання, асиміляція, публіцистичний текст.*

Глобалізація світового інформаційного простору, культурний взаємовплив та взаємообмін між країнами, міжмовні контакти у сучасному світі, престижність англійської мови тощо призводять до збільшення кількості іншомовних запозичень, зокрема англіцизмів, в українській мові.

Питання іншомовних запозичень завжди привертало увагу багатьох дослідників, про що свідчить чимала кількість праць, присвячених різним їх аспектам (Л. Архипенко, Я. Битківська, Г. Дружин, Л. Кислюк, І. Кочан, В. Сімонок, О. Стишов, С. Федорець та ін.). Вивчати окреслене мовне явище особливо плідно на матеріалі газетно-публіцистичного стилю сучасних друкованих видань, позаяк саме вони найбільш чутливі до процесів, що відбуваються в мові. У більшості випадків друковані ЗМІ є першим письмовим фіксатором нових слів і виразів, що претендують увійти в мовну практику широкого кола носіїв української мови.

Розширення засобів масової інформації, поява Інтернету, послаблення жорстких вимог до викладу матеріалу, пошук нових засобів вираження і форм образності також сприяють інтенсивному проникненню англіцизмів в українську мову. В цьому контексті особливо актуальним є питання вживання англійських варваризмів у мові українських електронних ЗМІ, за допомогою яких реалізується експресивно-оцінна функція у публіцистичному тексті.

За останні роки з’явилася низка публікацій, присвячених окресленій проблематиці. Так, О. Тєлєжкіна інтерпретує варваризми як важливий стилістичний засіб і органічний складник лексичної системи поетичного мовлення Д. Павличка [8]; на матеріалі сучасної української телевізійної фахової мови Т. Гуменюк розглядає основні види запозичень: екзотизм, інтернаціоналізм, варваризм і кальку [1]; різні типи іншомовної лексики на матеріалі сучасної комерційної реклами досліджує І. Мозова [6]. Варваризмам у мові сучасної української періодики присвячена розвідка М. Навальної [7]. У ній автор аналізує слова та словосполучення, запозичені з інших мов, групує їх за способом написання (кирилицею та латиницею), аналізує тематичну спрямованість варваризмів у газетному мовленні, визначає їх стилістичну роль. Однак питання вживання англійських варваризмів у мові сучасних українських електронних ЗМІ потребує окремої уваги.

Мета статті – на матеріалі сучасних українських електронних ЗМІ розкрити особливості вживання англійських варваризмів.

Оскільки іншомовні запозичення мають різний ступінь асиміляції і частоти вживання, то це створює у лінґвістиці проблему відсутності єдиної термінології, у тому числі щодо трактування поняття “варваризм”. Так, в енциклопедії української мови зазначено: “Варваризм – іншомовне або створене за іншомовним зразком слово чи зворот, що зберігають структурні ознаки чужих мов, по-різному пристосовуючись до фонетики, морфології української мови” [5, с. 62]. Однак у сучасному мовознавстві існують також інші терміни. Приміром, Є. Карпіловська використовує терміни “вкраплення” і “варваризм” як синонімічні. Дослідниця також виокремлює “неозапозичення” – нові слова іншомовного походження, адаптовані до системи української мови через транскрибування або транслітерування. Окремим різновидом варваризмів, на думку Є. Карпіловської, є “гібридні композити” – лексеми, першу основу яких становить іншомовне слово в неадаптованій формі, переважно в іншомовній графіці, а другу – питоме слово, наприклад

© Роман Вишнівський, 2015

SMS-повідомлення, SIM-картка, DVD-програвач, FM-станція, ID-код [3, с. 19, 22]. У цій розвідці ми послуговуватимемося терміном "варваризм", позаяк він має тривалішу історію побутування і охоплює всі важливі аспекти аналізованого сеґменту лексики.

Характерними ознаками варваризмів є їх "іноземний образ", часткова або повна незасвоєність мовою-реципієнтом, семантична несамостійність, низька частота вживання [6, с. 145–146]. Вони різко вирізняються на тлі загальноукраїнської лексики, позначають поняття, які мають еквіваленти в українській мові; позбавлені науковості, відсутні в тлумачних словниках і словниках іншомовних слів тощо. Варваризм завжди вступає в конкурентні стосунки з іншим словом або виразом, що позначає певну реалію у мові-реципієнті.

Серед основних причин вживання варваризмів дослідники вказують на позамовні (екстралінґвальні): бажання слідувати моді, привернути увагу читача, відсутність цензурних перешкод, авторитетність мови-джерела, престижність іншомовного слова порівняно з власне українським тощо [7, с. 219]. Активне використання іншомовних запозичень загалом і варваризмів зокрема зумовлене також тим, що у свідомості багатьох українців, а особливо молоді, країни Заходу (зокрема США) асоціюються з технічними нововведеннями, економічним процвітанням, стандартами життєвого рівня, правами і свободами, еталонами культури, смаку, моди, манерами поведінки, спілкування, ідеальним стилем життя тощо.

Інтенсивне проникнення варваризмів у ЗМІ є результатом прагнення до всього модного, престижного. На думку С. Караванського, поява англіцизмів в українській мові часто зумовлена не потребою спілкування, а бажанням бути на рівні модної освіченості, відрізнятися своєю лексикою від "сірих" людей. Тому до "престижних" слів вдається не лише малоосвічена сільська "знать", а й високі державні достойники [2, с. 60]. У гонитві за ідеальними уявленнями гарна, екзотична форма набуває часом більше значення, ніж сам зміст. Тому варваризми, за допомогою яких людина утверджує свій авторитет, заявляє свої претензії на культурну й ділову перевагу, є лише звучною формою, покликаною епатувати слухачів, намаганням похизуватися малозрозумілими для оточення словами, переконати оточуючих у своїй належності до еліти тощо, але їх інформативна функція вельми обмежена. Таким чином, "ми втрачаємо віру в самих себе: починаємо боятися власних слів і зворотів. Там, де можна вжити своє слово, ми надаємо перевагу «чужинцеві»" [4, с. 245].

Англійські варваризми, які з'являються на шпальтах сучасних українських електронних ЗМІ у результаті об'єктивних процесів, що відбуваються у суспільстві, перебувають на різних стадіях проникнення в лексичну систему сучасної української мови. Здебільшого вони асимілюються на фонетичному та графічному рівнях шляхом транслітерацію і/або транскрипцію *(лаг, екшн, фейс, бебі-бум, піпл, пліз, сейв, апґрейд, бан, девайс, релакс, фейк, фешн, хедлайнер, шопінг* та багато інших). Наприклад: "*Лаг* ... становитиме приблизно квартал" ("Експрес", 26.06.2013); "...в національний прокат нарешті виходить український героїчний *екшн*" ("Експрес", 20.01.2012); "FEMEN відомстила речнику міліції за брехню – тортом у *фейс*" ("Експрес", 18.06.2012); "Через *бебі-бум* зросла і відвідуваність зоопарку" ("Експрес", 15.08.2012); "Запевняю: електорат, *піпл* ... на таку агітацію принаймні звернув би увагу" ("Високий замок", 08.10.2012); "Казав гостям *«пліз»* і пропонував ... монети" ("Високий замок", 24.07.2012); "...перемогу здобув на пітчерській горці Рахмістрюк Ілля, *сейв* у Ферара Максима" ("Час", 21.10.2014); "Газета" з'ясовуватиме, наскільки *апґрейд* універмагу відповідає проекту реставрації..." ("Львівська газета", 06.12.2014); "...в Анголі заговорили про «*бан* ісламу»" ("Львівська газета", 26.11.2013); "...міліціонери просто не наділи на екс-ректора електронний *девайс*..." ("Львівська газета", 05.09.2013); "...час на відпочинок краще витрачати на морське повітря, сонячні ванни та *релакс*..." ("Львівська газета", 20.01.2014); "Новий *фейк* російських ЗМІ..." ("Львівська газета", 27.05.2014); "Відкриє *фешн* за традицією 46-річна Ліля Пустовіт...". ("Львівська газета", 22.09.2013); "Проте *хедлайнер* "Республіки" наразі побажав залишатися інкогніто..." ("Львівська газета", 23.07.2014); "...*шопінг* – їхня улюблена справа" ("Львівська газета", 16.04.2014).

Характерною рисою сучасних ЗМІ є не лише перевантаженість текстів англійськими варваризмами, а й різні варіанти написання і без того не завжди зрозумілих слів, що, безумовно, ще більше заплутує читача. Адже він поставлений в умови, за яких певну частину матеріалу йому доводиться або відгадувати, або додумувати самостійно. Відтак читач не лише не отримує у повному обсязі зрозумілої для нього інформації про зміни, які є в суспільстві, а й дезорієнтований у написанні нових слів і виразів *(хенд-мейк, хенд-мейд, хенд-мейд; дедлайн, дед-лайн; онлайн, он-лайн; офлайн, оффлайн; перформенс, перформанс; фастфуд, фаст-фуд; чайлдфрі, чайлд фрі, чайлд-фрі; уїк-енд, уік-енд, вікенд, вік-енд* тощо). Наприклад: "ОТ VINTA – справжній *хенд-мейк*" ("Високий замок", 16.10.2013); "Небезпечний *хендмейд* закінчився госпіталізацією" ("Львівська газета", 31.10.2013); "Охочі допомогти військовим зможуть придбати випічку та *хенд-мейд*" ("Львівська газета", 09.07.2014); "Михайло Костюк встановив новий *дедлайн* початку будівництва баскетбольної арени у Львові" ("Львівська газета", 21.02.2013); "Баскетбольний *дед-лайн*" ("Львівська га-

зета", 15.02.2013); "Порахувати вартість опалення своєї оселі можна в *онлайн* режимі" ("Львівська газета", 30.01.2015); "...все більше українців проводять час *он-лайн*" ("Українська правда", 11.11.2014); "...заманити жертву і зустрітися з нею *офлайн*" ("Газета по-українськи", 06.11.2014); "ІТ-група «Майдан-хакатон» оголосила про початок постійно діючого *онлайн* і *оффлайн хакатону*..." ("Високий замок", 26.02.2014); "Несподіванки і провокації почалися уже з появою гурту Qarpa на сцені, які на радощах ... влаштували *перформенс*-буферизацію..." ("Високий замок", 14.05.2012); "Уже ввечері, на вулиці Вірменській, ...я влаштував невеличкий *перформанс*" ("Поступ", 06.08.2002); "Під забороною – борошняне, солодке, жирне, смажене, *фастфуд*, газовані напої, алкоголь" ("Львівська газета", 05.06.2013); "Футбольний *фаст-фуд* на «Олімпійському»" ("Високий замок", 12.11.2013); 16.02.2012); "Свій вибір *чайлдфрі* підтверджують прикладами з життя великих людей, ..." ("Дзеркало тижня", 05.09.2008); "Ідеологія *«чайлд фрі»* – свідомої відмови від дітей – захищає комфорт і право на вільний вибір..." ("Експрес", 14.07.2012); "Чи впливає на тривалість життя тих людей, які свідомо обрали для себе бути *«чайлд-фрі»*, це їхнє рішення, вчені не вивчали" ("Високий замок", 06.12.2012); "Окрім перегляду прем'єри, якою ознаменувався минулий *уїк-енд*, ..." ("Поступ", 29.01.2002); "Таким чином, фільм ... встановив рекорд зборів російського фільму в перший *уік-енд* прокату" ("Львівська газета", 04.02.2014); "На *вікенд* намагайтеся виїхати за місто та подихати справді свіжим повітрям" ("Поступ", 25.04.2002); "Я отримую їх на *вік-енд*, а потім..." ("Поступ", 27.03.2003).

Серед англіцизмів варто виокремити ті, які ще зберігають латинське написання. Ми також відносимо їх до варваризмів, позаяк вони "ускладнюють сприйняття текстового матеріалу, особливо чітко це простежується на прикладі нових номінацій" [7, с. 219]. Ці лексичні одиниці зазвичай мають еквіваленти в мові-реципієнті, вживаються передовсім для того, щоб наповнювати газетний текст певною часткою експресивності, передавати аромат чужої мови і тим самим наблизити читача до мовної специфіки того національної середовища, про яке повідомляється. Їхньою характерною рисою є поширення не лише в українській, а й в інших європейських мовах *(play-off, know-how, promotion, performance, production, underground, deadline, fair-play, no comments, childfree, city light, fast food, self made, love story, welcome, happy end* тощо). Більшість з них також уже отримали кириличний вигляд через транслітерацію або транскрипцію *(плей-офф, ноу-хау, промоушн, перформанс, сіті-лайт, продакшн, андеграунд, дедлайн, фастфуд, селф мейд, лав-сторі, велкам, хеппі-енд* тощо). Наприклад: "...виступає за російський клуб, тому що в той час у них проводились ігри *play-off*" ("Поступ", 03.05.2003); "...глобальна конкурентоспроможність вимірюється в термінах інтелектуального капіталу, знань і *know-how*, ..." ("Дзеркало тижня", 25.04.2014); "У березні *Volia promotion* видасть на суд слухачів спільну пісню... ("Поступ", 01.03.2003); "Молода дівчина ... подумає: "Тю, так я ж *childfree!*" ("Газета по-українськи", 07.04.2011); "Джеймс використовуватиме спеціальні камери й технологію *performance capture*, яка підвищить візуальну якість кінопродукції" ("Поступ", 17.06.2005); "...агент акторки і студія EON *production* кажуть, ..." ("Поступ", 07.02.2004); "Кліп витриманий у жанрі *industrial underground*" ("Газета по-українськи", 02.05.2011); "Тимошенко проігнорувала *«deadline»* Ющенка" ("Українська правда", 13.10.2008); "Та і навряд чи хтось буде жалітися на погане суддівство ... після такого наполегливого клопотання керівників українського футболу про *fair-play*, ..." ("Українська правда", 16.11.2001); "... «Інтер» ... використав занадто натуралістичну зйомку, запропонувавши глядачеві відео в стилі *«no comments»*" ("Поступ", 23.01.2003); "Це так звані *city light*, які вже можна побачити у центрі Києва" ("Поступ", 13.04.2006); "Не надто швидко працюють, незважаючи на свою назву, бари *fast food*" ("Поступ", 30.06.2005); "Це справжній *self made* політик, лицар без страху і докору" ("Поступ", 07.11.2005); "У кінострічці є і гарні краєвиди, і *love story*, і непогана гра акторів" ("Поступ", 23.08.2003); "Якщо Партія регіонів на це готова – то *welcome*!" ("Поступ", 31.01.2008); "Івченко просить «Газпром» не нагнітати пристрасті й обіцяє *happy end*" ("Українська правда", 07.12.2005); "В регіональному чемпіонаті, де визначались учасники *плей-офф*, ..." ("Поступ", 20.05.2003); "...російські компанії надають іншим країнам технології та *ноу-хау*, які можуть бути використані..." ("Поступ", 21.03.2002); "Я розумію, що треба відпрацьовувати гроші за *промоушн* на телеканалі «Інтер»" ("Поступ", 05.08.2004); "...з центральних вулиць міста, можливо, незабаром зникнуть рекламні щити з підсвіткою – так звані *сіті-лайти*..." ("Поступ", 30.05.2003); "Разом з колегами ми хотіли створити *продакшн*-студію..." ("Поступ", 03.03.2006); "Пояснювали їм, що ми *андеграунд, мейнстрим*" ("Високий замок", 16.10.2013); "Через три місяці після *дедлайну* двієчники Азарова запевняють..." ("Експрес", 07.12.2013); "Дивно, чому ми беремо від американського суспільства лише його погані звички: пити колу, їсти у *фастфудах*..." ("Поступ", 18.10.2003); "Ідеальним тілом, на думку *«Селф мейд»* жінок, володіє..." ("Газета по-українськи", 30.01.2008); "...Кличко і Панеттьєрі знялися у ніжній *лав-сторі* із новонародженою донечкою" ("Експрес", 25.12.2014); "Хто бажає ... познайомитися поближче з його тваринним мисленням – *велкам*" ("Час", 19.06.2014); "Адже фінал притчі – не традиційний *хеппі-енд*..." ("Поступ", 05.07.2002).

Чимало варваризмів асимілюються на морфологічному рівні. Вони набувають ознак граматичної категорії роду, змінюються за відмінками і числами *(івент, юзер, лайк,*

драйв, рітейлер, саундтрек, тест-драйв, репост, мейк ап, трабл, треш, снек та інші). Наприклад: "Організаторам нью-йоркського *івенту* потрібно було зібрати 2271 учасника" ("Експрес", 17.08.2013); "Facebook розповів *юзерам* про нові правила" ("Експрес", 22.11.2012); "Колишня взаємодія із автором повідомлення – *пости* відображаються настільки часто, наскільки більше *«лайків»* користувач ставив колишнім повідомленням цього автора" ("Експрес", 22.11.2012); "Його *хіти* ... добре відомі ... іноземним любителям *драйву*" ("Високий замок", 16.10.2013); "Ваш батько був культовою особою *андеграунду* 70-х років" ("Високий замок", 09.07.2014); "На думку експерта, хоча не всі перераховані міста будуть цікаві для мережевих *рітейлерів*, ..." ("Час", 19.07.2013); "Запис відразу став популярним, ... зібравши масу *лайків* і *репостів*, ..." ("Газета по-українськи", 09.02.2015); "Ірина демонструє ... обличчя моделі без *мейк апу*" ("Газета по-українськи", 07.10.2014); "Друзі, хочу поділитися з вами невеликим *траблом*" ("Газета по-українськи", 31.05.2013); "Це виглядає ніби ти намагаєшся бути схожою на Леді Гагу з її *трешом* про..." ("Газета по-українськи", 14.10.2014); "Дієтичні рисові хлібці є улюбленим *снеком* моделей, ..." ("Українська правда", 04.01.2015).

Спостерігаємо також утворення складних слів на основі англійських варваризмів та лексем мови-реципієнта або ж раніше запозичених слів *(саунд-продюсер, лайт-варіант, промоушн-компанія, смс-повідомлення, сітілайти* тощо). Наприклад: "Український гурт «Океан Ельзи» працює над новим альбомом із британським *саунд-продюсером*..." ("Високий замок", 26.01.2013); "Томенко придумав *«лайт-варіант»* ступору нової ВР" ("Експрес", 07.11.2012); "Працювала вчителькою, ... артдиректором у *промоушн-компанії* «Дік-Арт»..." ("Високий замок", 09.07.2014); "Він також навів скріншот *смс-повідомлення* від депутата..." ("Львівська газета", 03.10.2014); "...вулиці міста в сутінках підсвічуються ліхтарями й *сітілайтами*" ("Газета по-українськи", 24.06.2014).

До окремої групи варто віднести варваризми, які беруть участь у процесі словотворення за допомогою продуктивних суфіксів української мови *(брендовий, драйвовий, фоловити, фейковий, онлайновий, банити, (по)шопити(ся), перформансист, фастфудний, фастфудівський, лайкати* тощо). Наприклад: "Stefano Lompas – новий *брендовий* одяг власного виробництва...". ("Львівська газета", 22.01.2015); "Романтичний і водночас *драйвовий* «світ» Табакова почують..." ("Львівська газета", 11.09.2013); "Тільки дивно інше – *фоловити* цей твіттер Штайнмайєра я став після рекомендації Карла Більдта. Шкода, що Більдт рекламував *фейковий* екаунт" ("Львівська газета", 17.12.2013); "На вебпорталі Міністерства доходів і зборів розпочав свою роботу новий *онлайновий* сервіс..." ("Львівська газета", 19.12.2013); "Наприклад, мене *банили* або за картинки, або ж за російськомовні коментарі..." ("Газета по-українськи", 06.02.2015); "...мама може зробити купу корисних справ: *пошопитися* чи сходити в музей ..." ("Українська правда", 05.01.2015); "...група Le Plastique Mystification представляла електронну музику і *перформансистів* з України" ("Поступ", 18.07.2002); "Нам відтермінували ... запрошення на *фастфудний* фуршет століття!" ("Поступ", 22.05.2004); "...ударник команди Руслан Тригуб не витримав лихої долі, турне і *фастфудівської* їжі мандрівників..." ("Поступ", 04.05.2003); "Можете не *лайкати* цей пост, а ось репост дуже вітається" ("Час", 19.06.2014).

Низка варваризмів утворилася в результаті переходу з однієї частини мови в іншу без використання словотвірних афіксів (*creative* (прикметник) – *креатив* (іменник), *fresh* (прикметник) – *фреш* (іменник) тощо). Наприклад: "Нашою зброєю завжди були ... *креатив*, творчість, прогрес і дружба" ("Львівська газета", 11.03.2014); "До речі, одна склянка гарбузового *фрешу* на день позбавить від мішків від очима..." ("Українська правда", 20.11.2014).

Наведені вище приклади дають підстави стверджувати, що характерною рисою мови сучасних українських електронних ЗМІ є активне вживання варваризмів англійського походження. Їх інтенсивне проникнення зумовлене позамовними чинниками, є ознакою стрімких мовних змін у суспільстві, нерідко призводить до ускладнення сприймання інформації носіями мови.

Особливостями вживання англійських варваризмів є: асиміляція на фонетичному, графічному та морфологічному рівнях; різні варіанти написання; збереження латинської графіки; утворення складних слів на основі англійських варваризмів та лексем мови-реципієнта або ж раніше запозичених слів; участь у процесі словотворення за допомогою продуктивних суфіксів української мови; перехід з однієї частини мови в іншу без використання словотвірних афіксів.

Перспективними напрямами подальшого дослідження є аналіз англійських варваризмів за сферами вживання, дослідження їхньої можливої асиміляції на лексико-семантичному рівні, вивчення їхніх стилістичних особливостей у сучасній українській мові.

Література

1. Гуменюк Т. І. Запозичення та їхні типи в сучасній українській телевізійній фаховій мові / Т. І. Гуменюк // Наукові записки НаУКМА : Філологічні науки. — Т. 164. — 2014. — С. 55–59.
2. Караванський С. Пошук українського слова, або Боротьба за національне "я" / Святослав Караванський. — К. : Вид. центр "Академія", 2001. — 233 с.
3. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. — К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. — 336 с.

4. Козир Є. М. Проблеми унормування чужомовних запозичень / Є. М. Козир // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. — Вип. IV. — К. : КНЕУ, 2001. — С. 245–247.
5. Ленець К. В. Варваризм / К. В. Ленець // Українська мова : Енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. — 2-ге вид., випр. і доп. — К. : Вид-во "Укр. Енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. — С. 62.
6. Мозовая И. Н. Типы иноязычных слов в аспекте теории метаязыка неологии: на материале современной коммерческой рекламы / И. Н. Мозовая // Вісник Дніпропетровського ун-ту. Мовознавство. — 2012. — Вип. 18. — С. 142–151.
7. Навальна М. Варваризми в мові сучасної української періодики / Марина Навальна // Психолінґвістика. — 2012. — Вип. 9. — С. 217–225.
8. Тєлєжкіна О. О. Варваризми як органічний компонент віршованого тексту (на прикладі поетичного доробку Д. Павличка) / О. О. Тєлєжкіна // Наукові записки. — Харків, 2009. — С. 322–324. — (Серія "Філологічна").

In the article on the basis of modern Ukrainian electronic media the peculiarities of using barbarisms of the English origin, their characteristics and the main reasons for their use have been considered. We have singled out the groups of English barbarisms that are written in the Cyrillic alphabet in journalistic texts by means of transliteration or transcription; have different spellings; retain the Latin alphabet; are assimilated on the morphological level; form compound words on the basis of the recipient language or earlier loan words; are involved in the process of word formation by means of productive suffixes of the Ukrainian language; pass from one part of speech to another without word forming affixes.

Key words: *the peculiarities of barbarisms, reasons for use, assimilation, journalistic text.*