

# РОЗДІЛ IV

## Контрастивна лінгвістика.

### Типологія мов

УДК [811.161.2'373.45+811.162.1'373.45]:811.111'373.45

Мирослава Євчук

#### Лексико-семантичні особливості запозичення слів англійського походження до слов'янських мов (на прикладі української та польської)

У статті здійснено поділ англіцизмів, наявних в українській та польській мовах, на лексико-семантичні групи. Визначено сфери, що найбільше потребують номінації нових понять і, відповідно, більш активно наповнюються словами іншомовного походження. Відповідно до сфери вживання англіцизми поділено на такі тематичні групи: «Наука і техніка», «Комп'ютери та інтернет», «Економіка, банківська справа і фінанси», «Політика», «Канцелярське та офісне приладдя», «Мода», «Морська справа», «Спорт», «Здоров'я», «Розваги та культура», «Сервіс та послуги». Проаналізовано тенденції запозичення англіцизмів в українській та польській мовах, визначено подібні та відмінні риси.

**Ключові слова:** глобалізація, англіцизм, екзотизм, оказіоналізм, лакуни, детермінологізація, словотвір, соціолект.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** В умовах глобалізації суспільство за короткий період розширило межі своїх інтересів, поповнивши їх новими поняттями, словами, значеннями. Посилення взаємодії між країнами світу спричинило збільшення іншомовних елементів в активній лексиці сучасної людини. На прикладі слов'янських мов спостерігаємо переважання впливу англо-американської культури й, відповідно, і мови. На нашу думку, цікавим є дослідження впливу англійської мови на слов'янські в порівняльному аспекті, тому в статті наведено результати аналізу української та польської мов на наявність англіцизмів у різних тематичних групах.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Вплив англійської мови на лексичну систему української мови неодноразово був предметом досліджень таких вітчизняних учених, як С. Караванський, Я. Голодованський, О. Скопненко, Б. Ажнюк, Ю. Жлуктенко, Л. Архипенко, до інтересів яких належать процеси адаптації слів іншомовного походження, їх класифікація та норми кодифікації. Проблеми функціонування слів іншомовного походження в польській мові досліджують К. Лучинський, Е. Манчак-Вохльфельд, Б. Вальчак, А. Марковський та інші мовознавці.

**Об'єктом** дослідження у статті обрано лексичні системи української та польської мов, що належать до однієї мовної групи, але використовують різні алфавіти й розвиваються під впливом відмінних історичних обставин. **Предметом** дослідження є лексико-семантичні групи, що найбільш інтенсивно поповнюються неологізмами. **Новизна** дослідження полягає в залученні двох різних слов'янських мов та проведенні компаративного аналізу лексико-семантичних груп англіцизмів.

**Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Історико-культурні умови кінця ХХ – початку ХХІ ст. чітко відбилися в мові, зокрема в неологізмах, які дедалі частіше з'являються для задоволення комунікативних потреб суспільства. Вони виникають динамічно і, з'явившись в одній мові, наприклад англійській, швидко проникають в інші.

Лише за кілька років до складу активної лексики української мови ввійшли слова англійського походження, що не тільки позначають нові явища культурного та суспільного життя, а й витісняють власні елементи з аналогічним чи близьким значенням. Запозичена лексика має тенденцію до заповнення порожніх лакун у тих галузях діяльності людини, які сьогодні динамічно розвиваються.

Ми можемо простежити певні тематичні закономірності, що є спільними і для української, і для польської мов. Це виявляється в усіх сферах життя, зокрема в економічній та соціально-політичній сферах загального вжитку набули слова, що позначають різноманітні явища нової глобальної соціально-економічної формації, на побудову якої зорієнтоване наше суспільство. Дуже сильного впливу зазнала молодіжна культура. В активному словнику підлітків нараховуємо велику кількість іншомовних слів, що позначають різноманітні течії та стилі сучасної музики, нові явища молодіжної моди або по-новому характеризують старі поняття.

До загальноновживаної лексики ввійшли слова зі спеціальних сфер функціонування, зазнавши детермінологізації, якій сприяє зростання освітнього рівня суспільства, інтенсифікація впливу засобів масової інформації та популяризація наукових знань із найрізноманітніших галузей. Ті терміни, якими ще двадцять років тому послуговувалися лише представники певних професій, набули широкого вжитку і нині використовуються в щоденному спілкуванні сучасної всебічно розвинутої людини. Найбільше детермінологізація торкнулась економіки, техніки, інформаційних технологій.

Критерії визначення англіцизмів серед інших запозичень є різними. Згідно з польським дослідником Казиміром Лучинським запозиченнями з англійської мови слід уважати: 1) власне англійські слова, вирази, утворені від англійських власних назв; 2) слова, утворені в англійській мові з греко-латинських елементів; 3) слова, запозичені за посередництва англійської з різних мов світу, які отримали на ґрунті англійської мови нове значення і через контакт із нею потрапили до польської мови [4, с. 30]. Такий підхід існує і в українському мовознавстві, де загальноприйнятими вважають два критерії визначення англіцизмів – семантичний та історико-семантичний. Згідно з цими двома критеріями англіцизмами вважають власне англійські слова та їх деривати і слова, що потрапили в англійську мову, набули там нового значення й тоді були запозичені до української мови. Для визначення лексико-семантичних тенденцій, що переважають серед запозичень, слід розділити їх за тематичними групами.

Тематична група «Наука та техніка» об'єднує англіцизми, які є або детермінологізованими словами, або позначають передові технології у сфері побуту, що ввійшли в повсякденне життя і широко використовуються серед усіх верств суспільства. Це один із яскравих прикладів того, як мова не встигає дібрати необхідну номінацію для нового поняття через брак властивих словотвірних морфем, і тоді це поняття запозичують із його іншомовною формою. Такими словами в українській мові є *блюмінг, бульдозер, буфер, грейдер, диспетчер, дисплей, ескалатор, каупер, комбайн, конвеєр, крекінг, пейджер, радар, слябінг, сейф, телемайн, тостер*; у польській *flesz, kompakt, bojler, kontener, trend, pager, radar, walkman, konwejer, gadzet, toster, tajmer*.

Тематична група «Комп'ютери та інтернет». Численність цих запозичень з англійської мови зумовлена стрімким упровадженням у наше життя новітніх технологій та використанням широкими масами мовців комп'ютерної техніки, яка має переважно англомовні найменування. Такі новітні англіцизми швидко входять у загальномовний ужиток і стають детермінологізованими завдяки популяризації комп'ютерної техніки та послуг серед населення, упровадженню комп'ютерів у навчання, роботу, торгівлю та широкому залученню нефахівців до використання комп'ютерів [5, с. 93]. Це дуже важлива частина запозичень, бо має інтернаціональний характер і відбиває наслідки процесів глобалізації та комп'ютеризації суспільства. Немає потреби створювати національні відповідники цим термінам, бо заради точності й зручності вони повинні збігатися у кожній мові. В українській мові: *принтер, вінчестер, інтернет-провайдер, картридж, трафік, ноутбук, сайт, файл, факс, чип, інтернет, драйвер, веб-сторінка, хакер, ноутбук, монітор, чат, файл, кіберпростір, файл, маркер*; у польській *driver, joystick, mysz (semantyczne), notebook, serwer, skaner, hacker, enter, internet, interfejs, kompatybilny, kursor, dżojstik, modem, pan-drive*.

Тематична група «Спорт». Вона поєднує багато понять, які вже так глибоко вкоренилися в систему мови, що майже не сприймаються як запозичення. Крім цього, група значно поповнилася новими словами, які є настільки свіжими, що навіть не завжди зрозумілі непрофесіоналам. Це назви найновіших видів спорту та найновіших спортивних знарядь. Значне збільшення і розширення цієї групи викликане пропагандою здорового способу життя та спорту. Значний внесок у розбудову такого собі стереотипу здорової людини ХХ ст. роблять реклама та мас-медіа. Тому є багато запозичень, які можуть бути віднесені або до цієї тематичної групи, або до групи «Здоров'я». Специфікою цієї тематичної групи номінацій є відносно велика кількість новітніх спортивних назв,

які ще не зафіксовані лексикографічно, хоча ввійшли до слововжитку й часто використовувані засобами масової інформації в спортивних програмах, новинах, рекламі. Сюди відносимо назви видів спорту, спортивних ігор, спортсменів, знарядь, приміщень, змагань та термінів. В українській мові *аут, бодішейпер, бодібілдер, бокс, боксер, ватерполо, волейбол, гол, голкіпер, дартс, джогінг, жокей, екстрим, квотербек, матч, нокаут, орбітрек, раунд, рекорд, степ-аеробіка, серфер, скайсерфінг, сквош, сквош-корт, скейт, скутер, спаринг, спортсмен, старт, теніс, трек, тренер, фініш, форвард, фристайл, футбол, фітнес-центр, хокей*; а в польській *aut, badminton, bekhend, bobslej, coach, czempion, debel, derby, doping, dzokej, falstart, forhend, hokej, karting, lider, mecz, net, nokaut, open, outsider, rajd, ring, rugby, runda, set, snowboar, team, tenis, trening, trener, walkower*.

До групи «Здоров'я» ввійшли переважно детермінологізовані завдяки популяризації засобами масової інформації, рекламою тощо назви видів медичного обстеження, лікування та ін. Важливою складовою частиною цієї групи є косметичні засоби – ринок, який надзвичайно стрімко росте та поповнюється словами, які разом із новими поняттями про здоров'я та красу стають повсякденними реаліями сучасної людини, особливо жінок. Наприклад, укр. *превентивний, дантист, шейпінг, фітнес-клуб, мас-скринінг, арт-терапія, шунтування, румінг-ін, спа-салон*; пол. *aerobic, dantysta, lifting, jogging, peeling, AIDS, trend, regeneracja, relax*.

Запозичення із групи «Розваги та культура» повністю віддзеркалюють вплив поп-культури на наше життя, коли весь світ починає проводити вільний час, наслідуючи стереотипи голівудської культури, яку пропагують усі засоби масової інформації. Ці запозичення ще не повністю закріплені лексикографічно, деякі з них – okazionalizmi, і до словників не потрапляють. Тут можемо виділити деякі підгрупи:

1) кіно й відео: укр. *блокбастер екшн, трилер*; пол. *kameraman, serial, soap opera, bestseller*;

2) телебачення й журналістика: укр. *ток-шоу, брейн-ринг, ріаліті-шоу, прайм-тайм, медіа-патронат*; пол. *live, talk show, reality show, spiker, spot*;

3) музика: укр. *ді-джей, хіп-хоп, хіт, ремікс, хай-фай, кліпмейкер, фокстрот, хіп-хоп, поп-арт, рімейк, ремікс, джаз, сингл, саунд-трек, фольклор, шоу-бізнес*; пол. *rap, hip-hop, singel, soul, sound-track, remake, star, klip*;

4) розваги: укр. *сафари-тур, флеш-моб, боулінг-клуб, гумор, памфлет, промоушн, гламур, клоун, клуб, фан-клуб*; пол. *gag, gagman club, pub, na topic*.

Найчисленнішою за обсягом є лексика, що охоплює групу «Економіка, банківська справа і фінанси». Специфіка цієї тематичної групи полягає у тому, що до неї входять багато детермінологізованих економічних, банківських та фінансових назв, адже з переходом на ринкову економіку для нас стали актуальними економічні поняття, яких у соціалістичному суспільстві взагалі не було [5, с. 105]. Сюди відносимо назви різноманітних фінансових установ, види професій, фінансових операцій та послуг, а також ділових паперів та угод. В українській мові: *бізнес, бізнесмен, банкнота, блокада, бюджет, гангстер, дилер, демпінг, долар, локаут, маклер, маркетинг, менеджер, менеджмент, мітинг, моніторинг, прайс, рекет, тендер, траст/трест, чек, мерчандайзинг, стайлінг, крос-курс, ф'ючерс, бонд, екю, дисконт-брокер, бренд-менеджер, джобер*, а також назви *трейдер, дилер, дистриб'ютор, фактор-компанія, офшор, бізнес-хол, трейдер, дилер*; пол. *biznes, biznesmen, bizneswoman, boom, boss, broker, holding, joint, venture, leasing, menedżer, monitoring, sponsor*.

«Політика» – це тематична група, яка об'єднує терміни, що їх використовують у сфері державного управління, а також нові суспільно-політичні поняття, характерні для капіталістичного демократичного суспільства. Оскільки англо-американське суспільство є прототипом спільноти із найбільш демократичними цінностями, то більшість нових термінів у цій сфері ми запозичуємо з англійської мови. Частина цих слів були початково також запозичені до англійської мови з латини, з французької мови, але згідно з поставленими вище критеріями, ми зараховуємо ці запозичення до англіцизмів. Зокрема, в українській мові: *інтерв'ю, лідер, імпичмент, блеф, бойкот, бос, саміт, екзит-пол, агент, дайджест, прайм-тайм, фандрайзер*; у польській: *budżet, lider (partii), lobby, establishment, blefować, agent, bojkot*.

«Мода» – одна із найшвидше поповнюваних груп завдяки жіночим журналам та каталогам. У глобалізованому суспільстві правила моди диктують повсюди ті ж світові виробники та торгові марки. Задля досягнення більшого естетичного ефекту на покупця назви нових товарів не перекладають. Ці назви звучать більш привабливо, сучасно, спокусливо, а, отже, й модно. Наприклад, укр.

*боді, гріндерси, топ, кардиган, вельвет, джемпер, джінси, крек, кирза, сафарі, піжама, пірсинг, плед, плюш, смокінг, сток, секонд-хенд, блайзер, топ; пол. dżerzej, džinsy, klipsy, lycra, topless.*

«Страви та напої» – тематична група, що об'єднує назви нових продуктів та страв, які прийшли до нас із різних країн світу, але оскільки це відбулося за посередництвом англійської мови, то вважаємо їх англіцизмами. У цій групі багато екзотизмів, назв не знаних раніше серед слов'ян фруктів та овочів. Простеживши за цією лексикою і за тим, наскільки ці нові поняття заповнили наш щоденний словник, можемо зробити висновок, що ця сфера життя піддалася значному впливу глобалізації. Тепер майже в усіх країнах світу можна купити ті ж товари, спробувати ті ж страви, які раніше були не характерними для цього регіону. Цьому значною мірою сприяють всевітні мережі супермаркетів та такі глобальні рестораційні мережі, як МакДональдз, SubWay та інші. Сюди відносимо назви напоїв, страв, овочів, фруктів, закладів харчування: укр. *біфитекс, кекс, пудинг, пуши, ром, ростбіф, сандвіч, торт, клементина, нектарин, ківі, макдональдс, фастфуд, поп-корн, чизбургер, хотдог, лонгер, скотч, тонік; пол. cheeseburger, chipsy, dressing, fast food, grill, hamburger, hot dog, lunch, popcorn, sandwich, snack bar, teflon, tost.*

«Морська справа» – одна із найдавніших груп. До неї входять запозичення, які поширилися з англійської мови на початку ХХ ст. Це було зумовлено статусом Англії як провідної морської держави, що була прогресивним новатором у цій сфері. В українській мові: *аврал, браунінг, бункер, ватерлінія, вельбот, докер, дрейф, катер, мічман, снайпер, танк, танкер, трап, траулер, шквал, шлюпка, шрапнель, шхуна, яхта; в польській: slup, spardek, spinaker, szkła, szkuner, jacht.*

Тематична група «Сервіс та послуги». Головна глобальна тенденція в усіх постіндустріальних країнах світу – це розширення сфери обслуговування і переважання цього сектору економіки над виробництвом. Приміром, у США сфера послуг становить 54 % ВВП, у Британії – 74 %, у Польщі – 63 % в Україні – 66 %. Посилення англо-американського впливу у сфері послуг і товарів, розширення їхнього асортименту спричиняють зростання цих запозичень. До цієї групи відносять назви закладів та працівників сфери обслуговування, а також нових видів різноманітних послуг: укр. *консьюмеризм, флос, гіпермаркет, супермаркет, паркінг, лоу-кост, дизайн-центр, кол-центр, шокер, стайлінг, шейкер, блендер; пол. supermarket, konsumeryzm, hipermarket, shopping, sale, call center, low-cost, gratis, promocja.*

«Канцелярське приладдя та офісна техніка» – група, що значно збагатилася новими термінами через зростання кількості офісних професій, розвиток нових методів роботи з аудиторією, збільшення кількості різноманітних тренінгів, презентацій тощо. В українській мові це слова: *маркер, файл, флін-чарт, біндер, постер, стенлер; у польській: folder, ksero, poster, flip-czart, marker.*

Студенти як соціальна група мають свій власний сленг для вираження себе в суспільстві та для протиставлення батькам, викладачам, старшому поколінню. Можемо назвати цей сленг *соціолектом*, адже згідно із визначенням – це сукупність мовних особливостей, притаманних якій-небудь соціальній групі (професійній, становій, віковій) у межах національної мови [1, с. 1]. Він рясніє словами англійського походження, адже англійську мову на високому рівні викладають у школах та університетах, і практично всі молоді люди нею володіють. Ще одним сильним фактором є популяризація західного способу життя, бажання молодих людей бути схожими на зірок голівудських фільмів. Вживання англіцизмів у щоденному спілкуванні слугує певним контрастом до іншої стилістично не забарвленої лексики. Тому молодіжний дискурс зазвичай має певне стилістичне забарвлення і виражає іронічне, жартівливе, зневажливе, демінутивне значення тощо. Характерною рисою є те, що, окрім іменників, до найуживаніших слів належить багато прикметників, адже молоді люди часто хочуть окреслити певне явище, предмет чи людину у власний оригінальний спосіб. Такі лексичні одиниці мають відповідники в рідній мові, проте їх уживають для більшої експресивності, щоб зацікавити слухача. Наприклад: укр. *суперовий, хіповий, крейзи, драйвовий; пол. hipowy (modny), krejzi (wariat), non stop (trwający bez przerwy), friko (za darmo).* У мові з'явилися нові вигуки: *о'кей! упс! вау!*

Поява англіцизмів у молодіжному соціолекті відрізняється від запозичень до літературної мови, адже причиною запозичення не завжди є відсутність лексеми на позначення певної реалії. Молодіжний лексикон убирає в себе іншомовні елементи для позначення тих понять, що вже мають словесне оформлення в рідній мові. Це також є доказом існування окремого молодіжного соціолекту, що задовольняє комунікативні потреби конкретної соціальної групи. Потрапляючи в іншу мову, усі запозичення проходять складний процес фонетичної, граматичної та морфологічної адаптації до системи мови-реципієнта. Серед жаргонізмів такий процес відбувається з орієнтацією на усну, звукову форму слова, а не на його графічне оформлення. Тому адаптація англіцизмів у молодіжному слензі хаотична та часто має непередбачуваний результат.

Глобалізація робить суспільні відносини інтенсивнішими, посилює взаємодію між різними верствами суспільства, між віковими та етнічними групами, між представниками різних професій та хобі. Іноді глобальні та локальні тенденції у певному суспільстві суперечать одні одним, і це спричиняє глибинні зміни соціального середовища. Так, приміром, у всіх постсоціалістичних країнах поряд із тенденцією до глобалізації та злиття зі світовою спільнотою існує прагнення до національної ідентичності, самобутності, відродження та захисту національної мови. Специфіка розвитку сучасних технологій, модернізація усіх сфер діяльності людини потребують від мови швидкого вирішення номінативних завдань. Словотворчі засоби української та польської мов багаті, проте для утворення неологізмів із властивих мові коренів слів потрібно більше часу, ніж для прямого запозичення. Тож дуже важливо, щоб комунікаційні потреби мовної спільноти узгоджувалися із можливостями національної мови.

**Висновки.** Мова як основний акумулятор досвіду та знань народу відбиває всі тенденції, які з'являються в суспільстві. На прикладі тематичних груп, які в останні роки найбільше збагатилися словами англійського походження, можна зробити висновок, що в наш час найбільш стрімко розвиваються такі сфери життя людини, як наука, техніка, комп'ютери, охорона здоров'я, економіка, мода та розваги. Це стосується не лише української, а й польської мови, адже вплив англо-американської культури має глобальний характер і його спостерігаємо в усіх країнах Європи.

#### *Джерела та література*

1. Мартос С. А. Жаргонні стилі спілкування в системі урбаністичних форм комунікації [Електронний ресурс] / С. А. Мартос // Херсон. держ. ун-т. Сер. : «Філологічні науки». – 2012. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/34\\_VPEK\\_2012/Philologia/9\\_121463.doc.htm](http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2012/Philologia/9_121463.doc.htm)
2. Словник іншомовних слів / наук. ред. С. М. Морозов ; ред. Л. М. Шкарапута. – К. : Наук. думка, 2000. – 680 с.
3. Словник іншомовних слів / наук. ред. І. М. Скопненко. – К. : Довіра, 2006. – 789 с.
4. Luciński K. Anglicyzmy w języku polskim i rosyjskim / K. Luciński. – Kielce : Akademia Świętokrzyska im. Jana Kochanowskiego, 2000. – 182 с.
5. Mańczak-Wohlfeld E. Starsze i nowsze zapożyczenia angielskie w mówionej oraz pisanej odmianie języka polskiego / E. Mańczak-Wohlfeld. – Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2004. – 380 s.
6. Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem / red. W. Kopaliński. – Wyd. 25 (popr. i uzup.). – Warszawa : Muza, 1999. – 752 s.
7. Wielki słownik ortograficzny z zasadami pisowni i interpunkcji / red. E. Polański. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2011. – 1125 s.

**Евчук Мирослава. Лексико-семантические особенности заимствования слов английского происхождения в славянские языки (на примере украинского и польского).** В статье осуществлен раздел англицизмов, имеющихся в украинском и польском языках, на лексико-семантические группы. Определены сферы, наиболее нуждающиеся в создании номинаций к новым понятиям и, соответственно, более активно наполняющиеся словами иностранного происхождения. В зависимости от сферы применения англицизмы разделены на следующие тематические группы: «Наука и техника», «Компьютеры и интернет», «Экономика, банковское дело и финансы», «Политика», «Канцелярские и офисные принадлежности», «Мода», «Морское дело», «Спорт», «Здоровье», «Развлечения и культура», «Сервис и услуги». Проанализированы тенденции заимствования англицизмов в украинском и польском языках, определены сходные и отличительные черты.

**Ключевые слова:** глобализация, англицизм, экзотизм, occasionalism, лакуны, детерминализация, словообразование, социолект.

**Yevchuk Myroslava. Lexical-Semantic Aspects of English Loanwords Adoption in Slavic Languages (on the Example of Ukrainian and Polish).** The article presents lexical-semantic classification of English loanwords in Ukrainian and Polish vocabularies. It has been defined that some areas of human activity are developing more intensively than the others and, therefore, they need to feel in the existing lacunae with new nominations. By the sphere of usage criteria Anglicisms have been divided into the following topical groups: «Science and Technology», «Computers and Internet», «Economics, Banking and Finance», «Politics», «Stationery & Office Supplies», «Fashion», «Watercraft», «Sports», «Health», «Entertainment and Culture» and «Services». The main tendencies of the adoption process have been analyzed in the article resulting in the presentation of common and distinctive features for the Polish and Ukrainian languages.

**Key words:** globalization, anglicism, exotism, occasionalism, lacunae, determinologization, word formation, sociolect.

Стаття надійшла до редколегії  
13.03.2013 р.