

журнолика осінь, хмурочола зима (В. Сосюра), *мрійнолиця весна, ніжнозорий день* (Т. Осьмачка); 5) вогонь: *буйноголові юності вогні* (М. Нагнибіда); 6) астрономічні об'єкти: *тихоокий місяченько* (П. Тичина); 7) територію: *веселозора сторона* (А. Малишко); 8) міста: *гордоchoле місто* (М. Бажан); 9) будівлі та їх частини: *пекельнозорий паркан* (В. Стус), *сталеворукий міст* (М. Бажан); 10) транспортні засоби та їх частини: *хуткорукий мотор* (М. Семенко), *кволодуні ешелони* (М. Бриних); 11) абстрактні поняття: *порожньоока смерть* (П. Велесик), *хисткорука доля* (В. Ярмолюк), *солодко-вуста жага* (В. Ярмолюк); 12) с: *дзвінконогий регіт* (В. Коротич), *пружнотіле слово* (В. Стус).

Висновки і перспективи подальших розвідок. Здійснений аналіз складнонультсуфіксальних ад'єктивних дериватів із першим прикметниковим компонентом та другим іменниковим компонентом з семою «соматичне поняття» на означення внутрішньої характеристики людини виявив такі тенденції: серед композитів досліджуваної лексико-семантичної групи активно функціонують напівмотивовані й немотивовані композити, мотивовані – представлені лексеми лише однієї підгрупи. Нультсуфіксальні ад'єктивні композити досліджуваної лексико-словотвірної групи мають широку сполучуваність і однаково активно реалізують свої прямі та переносні значення. Семантика перших основ, передаваних першим неколірним компонентом, в індивідуально-авторському словотворі значно ширша порівняно з відповідними узуальними дериватами. Серед узуальних складнонультсуфіксальних дериватів досліджуваної лексико-словотвірної групи трапляються композити з пейоративним значенням, які завжди є маркерами негативної оцінності та зневажливого ставлення і мають розмовний характер. Значна кількість нультсуфіксальних дериватів, уступаючи в дистрибуцію з іменниками-абстрактними назвами, а також такими, що номінують явища природи, топонімі назви тощо, реалізують нове переносне образне значення – «оживлення» неживого, набуваючи в кожному разі різних значенневих відтінків, поповнюючи тим самим корпус епітетів. Таким чином, нульовий афікс сприяє збагаченню образної системи поетичної мови яскравими композитними утвореннями, що є носіями не лише нової семантичної ідеї, а й особливої художньої виразності. В перспективі передбачено розглянути складнонультсуфіксальні ад'єктиви, утворені на базі прикметниково-іменникового сполучення, препозиційним компонентом яких є прикметники неколірної семантики, а постпозиційним компонентом виступають іменники за віднесенням до людини, що мають назву несоматичного поняття антропонімічного (голос, дух, сльози) і неантропонімічного (сила, вага) характеру.

Література:

1. Гак В. Г. К проблеме семантической синтагматики / В. Г. Гак // Проблемы структурной лингвистики. – М. : Наука, 1972. – С. 367–395.
2. Клименко Н. Ф. Словотворча структура і семантика складних слів у сучасній українській мові / Н. Ф. Клименко – К. : Наук. думка, 1984. – 251 с.
3. Mizina O. Structural-semantic and functional-stylistic properties of complex zero-suffix adjectives with the meaning of the person's external characteristics in the modern ukrainian language/ O. Mizina // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія. – Маріуполь : МДУ, 2016. – Вип. 14. – С. 95–103.
4. Мізіна О. І. Тенденції розвитку системи індивідуально-авторських композитів (на матеріалі ад'єктивних складнонультсуфіксальних дериватів з першим колірним компонентом) / О. І. Мізіна // Вісник Дніпроп. ун-ту. Серія «Мовознавство». – № 11. – Т. 19. / [відп. ред. Т. С. Пристайко]. – Дніпропетровськ : Вид. ДДУ, 2011. – Вип. 17. – т. 2. – С. 105–114.
5. Словник української мови : в 11 т. / АН УРСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні; [гол. ред. І. К. Білодід]. – К. : Наук. думка, 1970–1980.
6. Ставицька Леся. Український жаргон : [словник] : близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень / Леся Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 496 с.
7. Фразеологічний словник української мови [укл. В. М. Білоноженко, В. О. Винник, І. С. Гнатюк та ін.] – К. : Наук. думка, 1999. – Т. I. – 528 с.; Т. II. – 984 с.

УДК 811.161.2'27:811.111:070

У. В. Науменко,

Дрогобицький державний університет ім. І. Франка, Інститут іноземних мов, м. Дрогобич

ВЖИВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ ЗМІ У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

У статті описано основні причини та види запозичень з англійської мови. Також проаналізовано запозичення у сфері масової комунікації та вплив, який здійснюється через ЗМІ у полікультурному просторі при вживанні англіцизмів.

Ключові слова: вживання англіцизмів, вплив запозичень, засоби масової інформації.

USING ENGLISH BORROWINGS THROUGH MASS MEDIA IN MULTICULTURAL SPACE

The paper briefly describes the main causes and types of loans in English language. Also borrowings in mass communication are analyzed and the impact done through mass media in multicultural space using English borrowings.

Key words: anglicism usage, English borrowings influence, mass media.

УПОТРЕБЛЕНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ СМІ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье описаны основные причины и виды заимствований из английского языка. Также проанализированы заимствования в сфере массовой коммуникации и воздействие, которое осуществляется через СМИ в поликультурном пространстве при употреблении англицизмов.

Ключевые слова: употребление англицизмов, влияние заимствований, средства массовой информации.

У сучасному світі можна спостерігати швидкий та безперервний розвиток інформаційних технологій. Щодня вдосконалюються способи та методи подачі інформації, для того щоб більше зацікавити аудиторію, щоб виділитись на фоні численних інформаційних повідомлень.

Засоби масової інформації стали головним інструментом для поширення повідомлень, що впливають на суспільну свідомість. Засоби масової комунікації сьогодні представляють собою систему неформальної освіти і вельми суттєво впливають на засвоєння людьми різного віку широкого спектру соціальних норм та на формування ціннісних орієнтацій особистості.

Не менш важливою частиною пропагандистської діяльності сьогодні є використання англіцизмів, особливо європейськими мовами, що призводить до суттєвого засмічення мов та породжує таким чином проблему культурної ідентичності.

Метою статті є з'ясувати специфіку вживання англіцизмів у полікультурному просторі та причини їх функціонування.

Мова безпосередньо пов'язана з усіма сферами людської діяльності. Радикальні перетворення у житті суспільства призводять до суттєвих змін в лексиці сучасної літературної мови. Швидкий процес оновлення лексики часто відбувається за рахунок запозичень з англійської мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема мовного запозичення давно вийшла за рамки звичайного теоретизування і активно обговорюється не тільки лінгвістами. Нападки на корпус іноземних слів обумовлені тією обставиною, що мова розглядається сьогодні не тільки як основна специфічна ознака етносу і інструмент його самозбереження, але і як механізм формування картини світу в аксіологічному аспекті (Ю. В. Бромлей, Ю. М. Лотман, Е. С. Маркарян, Е. В. Соколов). Цінності виступають базовою категорією при побудові картини світу (Ю. М. Караулов), конфігурація цінностей визначає культурний тип тієї чи іншої спільності і специфіку національних картин світу і знаходить вираз у мові (А. Вежбіцька, А. Я. Гуревич, В. В. Іванов, О. Б. Сиротиніна, А. М. Корміліцин). У руслі такого підходу людина-носії мови розглядається не як «виконавець» абстрактно-абсолютної «семантики мови», а як активний суб'єкт пізнання, наділений індивідуальним і соціальним досвідом, системою інформації про світ, на основі якої він здійснює комунікацію [2, с. 315].

У роботах ряду вітчизняних і зарубіжних авторів присутні свідчення особливої ролі мови преси в поширенні різних мовних явищ: Л. П. Амірі, Е. С. Кара-Мурза, Я. М. Романенко та ін, а також функціонування англіцизмів у дискурсі преси: Л. Г. Копрева, Н. І. Тонкова, але їхній опис не виходить за рамки простого згадування цього факту.

Запозичення з англійської мови відбуваються, починаючи з XIX ст. Особливо побільшало їх останнім часом, коли англійська мова стала не тільки мовою міжнародного спілкування, а й основним засобом здобуття наукової та іншої інформації.

Термін «запозичення» вживається у мовознавчій літературі в двох значеннях. З огляду на теорію мовних контактів, взаємодію мовних систем, запозиченням називають один із шляхів збагачення словникового складу мови.

Матеріальне (лексичне) запозичення – запозичення, за якого з іноземної в рідну мову входить лексична одиниця повністю (значення й експонент).

Наприклад: мітинг (англ. meeting), тінейджер (англ. teenager «підліток»), кіднепінг (англ. kidnapping «викрадення дітей»).

Калькування – копіювання іншомовного слова за допомогою свого, незапозиченого матеріалу; по морфемний перекид іншомовного слова. Так, наприклад, хмарочос – калькою skyscraper (sky «небо», scrape «скребити»).

Крім кальок, існують ще напівкальки, коли одна частина слова запозичена, а інша калькується. Наприклад: телебачення (англ. television із гр. tele «далеко» й англ. vision «бачення»).

Окремими різновидами є семантичні й словотвірні запозичення.

Семантичні запозичення – такі запозичення, коли своє слово набуває значення, яке має його іншомовний відповідник.

Словотвірні запозичення – такі запозичення, коли власний зміст передається морфемами інших мов. Так, наприклад, слово телефон складене з давньогрецьких елементів tele «далеко» і phone «звук» у США. У давньогрецькій мові такого слова не було.

Запозичення можуть здійснюватися усним і писемним шляхом, можуть бути прямими й опосередкованими [3, с. 286].

Запозичені з англійської мови слова переважно стосуються:

а) техніки: бульдозер, грейдер, комбайн, трактор, трамвай, ескалатор, форсунка, блюмінг, тунель, комп'ютер, принтер, дисплей, файл;

б) політики й економіки: мітинг, лідер, страйк, бойкот, локаут, гангстер, трест, бізнес, рекет, демпінг, маркетинг, бюджет, чек, банкнот, менеджер, менеджмент;

в) мореплавства і військової справи: траулер, танкер, катер, вельбот, шлюпка, шхуна, яхта, ватерлінія, дрейф, шквал, аврал, танк, шрапнель, снайпер;

г) спорту: футбол, волейбол, гандбол, хокей, ватерполо, бокс, теніс, матч, спринт, старт, фініш, жокей, форвард, гол, рекорд, спаринг, тренер;

г) побуту: комфорт, піджак, джемпер, піжама, плед, френч, смокінг, біфштекс, кекс, пудинг, сандвіч, торт [2, с. 140].

Для запозичень з англійської характерні:

1) звукосполучення дж: бюджет, джаз, джентльмен, джемпер;

2) звукосполучення ай, ей: гайморит, інсайд, троллейбус, хокей;

3) суфікс -инг (-ing): мітинг, пудинг, демпінг, тьюбінг.

Загалом можна виділити дві великі групи причин запозичення термінів: позамовні та власне мовні. До позамовних належать економічні, культурні та політичні контакти між державами, що значно посилюються в умовах глобалізації [1, с. 26].

Власне мовними причинами запозичень є такі:

1) відсутність у рідній мові еквівалентного слова для нового предмета, явища чи поняття;

2) тенденція до використання одного запозиченого слова замість звороту в українській мові, напр.: clearing – укр. кліринг – система безготівкових розрахунків, що ґрунтується на зарахуванні банками взаємних платіжних вимог сторін;

3) прагнення до підвищення чіткості терміна, яке виражається у вилученні полісемії або омонімії в запозиченій мові, напр.: fasting – укр. фасторинг – різновид торговельно-комісійної операції.

Засвоєння мовою запозичуваних термінів – складний діахронічний процес, у якому тісно переплітаються зв'язки й відношення, з одного боку, мови-позичальниці та мови-донора, а з другого, – внутрішньо-системні особливості самої мови-позичальниці. Ступінь освоєння запозичень залежить від наявності соціального замовлення, від особливостей семантики, давності запозичення (гіпотеза О. Д. Пономарева) [3, с. 287].

Англомовні запозичені терміни в лексиці української мови поділяються на декілька типів:

– запозичення досить давні, й настільки пристосовані до мови, що вже не відчувається їхнє іноземне походження. Вони часто й широко застосовуються й мають велику кількість похідних (реальний, партнерство тощо);

– суто англомовні слова, які часто використовуються в мовленні, виходять за межі професійної сфери вживання й поступово стають загальномовними одиницями (супермаркет, провайдер, дилер, спонсор, бренд);

– варваризми – рідковживані іншомовні слова, які легко замінюються питомою лексикою й використовуються у фоновому спілкуванні. В побутовій мові почути їх майже неможливо (дисперсія – відхилення, ануїтет – щорічний дохід);

– інтернаціоналізми – такі міжнародні терміни, які вживаються не менше, ніж у трьох неспоріднених мовах (holding – англ., das Holding – нім., холдинг – укр. та рос. – вид підприємництва).

За спостереженнями, англіцизми використовують частіше, ніж їхні українські відповідники. Важливу роль у використанні англіцизмів відіграють соціально-психологічні причини: мовці часто надають перевагу іншомовним словам, як більш престижним, модним або до економії мовних засобів (запозичення значно компактніші).

Однією з найактивніших сфер залучення до української мови нової англословної лексики є реклама та засоби масової інформації. Через мову реклами та ЗМІ до українського лексичного складу потрапляє значна кількість запозичень.

Щоденне постійне теле- та радіомовлення пропонує рекламу численних закордонних товарів, нерідко таких, для позначення яких в українській мові не існує слів. Через це в українській мові відбувається запозичення безпосередньо з іноземної мови (зазвичай – англійської) усно-писемним шляхом, оскільки реклама найчастіше послуговується аудіовізуальним методом впливу. Як відомо, реклама має мету привернути увагу україномовних покупців, нерідко маскуючи звичайні речі, що іноді можуть мати й українську назву. Наприклад, дайджест – огляд, кеш – готівка, сервіс – обслуговування, паркінг – стоянка, дайвінг – пірнання, ліфтинг – підтяжка, флаер – листівка, дисконт – знижка, тинейджер – підліток тощо [3, с. 96].

Численні англіцизми, що сьогодні вживаються у нашому усному та писемному мовленні проходять певні етапи адаптації. На сьогодні в усній та писемній українській мовній практиці все активніше використовуються гібридні композити, перша основа яких становить іншомовну лексему в неадаптованій формі. Сучасні неологізми, що використовуються в українському мовленні під впливом засобів масової інформації та реклами, можна класифікувати на групи:

– неологізми, які використовуються у тексті зі збереженням графіки мови-джерела (варваризми): SMS (Short Message Service), PR (Public Relations), VIP (Very Important Person) тощо;

– неологізми транслітеровані кирилицею (макаронізи) ; при цьому одне слово може бути і варваризмом, і макаронізом: SMS /СМС, PR/ПР (піар), VIP/віп;

– складні неологізми, де запозичені основи поєднуються з питомими: SMS-повідомлення (з подальшою його трансформацією у SMS'ка) тощо;

– неологізми з нестабільною орфографією: месидж/месідж/меседж, офшор/офф-шор/оф-шор, мас-медіа/масмедіа, пепсі-кола/пепсі кола;

– неологізми, які активно беруть участь у словотворенні: PR-щик, віп-місця, дисконтний, ваучерний, рейтинговий, спонсорувати, спонсорство.

Запозичення часто відбувається задля економії мовних засобів порівняно з питомими чи калькованими описовими виразами. Наприклад: бренд (розрекламована торгова марка певного товару) [1, с. 26].

Загальноновживаний молодіжний сленг, зазвичай називає найбільш загальноновживані та популярні речі. Дуже часто сленгові лексику використовують у назвах нової електронної техніки, нових винаходів у галузі інформаційних технологій.

Процес появи англословного сленгу має дещо специфічний характер. На відміну від запозичень до літературної мови, де причиною запозичення є відсутність лексеми на позначення тієї чи іншої реалії, сленг часто запозичує лексичні елементи для номінації таких понять, які вже мають словесне оформлення в літературній мові. За сферою використання англіцизми можна поділити на такі:

1. Предмети повсякденного вжитку (шузи, найки, боді, дрік, фаст-фуд).

2. Комп'ютерні технології (ноут, браузер, прогуглити, фейсбук, скап).

3. Емоції, реакції та оцінка дійсності

– вигуки привітання, вітання та прощання (хай, хеллоу, бай);

– вираження згоди або відмова (окей, ок, ноу проблемз, ноу).

4. Назви людей за диференціацією

– за віком і статтю (бой, гай, бейбі, мен, піпли, олді);

– за родинними зв'язками (паренти, френди, бой-френд);

– за професією (ді-джей, ем-сі, пі-джей, сек'юріті, бодігард, адмін).

5. Культурна сфера

– різноманітні стилі музики та субкультури (попса, диско, драм, транс);

– видовищні заходи, концерти (фест, батл, фаер-шоу);

6. Спортивна сфера (фітнес-клуб, степ, бодібілдинг, армреслінг).

Таким чином, слід відзначити велику вагу англіцизмів у процесі формування словника сучасної молодої людини. Процес запозичення відбувається постійно, відзеркалюючи нові реалії нашого життя, даючи їм нові найменування. Але не можна допустити, щоб такі процеси проходили стихійно, невмотивовано, бо часто яскрава та приваблива запозичена лексема є зовсім непродуктивною в системі сучасної української мови.

Експансії англіцизмів у мову мас-медіа, поряд із такими чинниками, як розвиток інформаційних технологій і активізація міжкультурних комунікацій, сприяє фактору соціально-культурного порядку – ідеалізації американського способу життя, підвищеному інтересу до американської культури, в тому числі освіти, бізнес-середовища. Знання англійської мови вважається престижним, нові культурологічні підходи відображаються у шкільних та вузівських програмах, методиці викладання іноземних мов, публікаціях спеціалізованих лінгвокраїнознавчих словників, підручників, напрямки наукових досліджень, активно пропагується в друкованих ЗМІ, на радіо та телебаченні. Незнання англійської мови в деяких сферах взагалі не сумісне зі статусом професій, таких наприклад, як програміст, веб-дизайнер та ін. [4, с. 195].

Результатом культурної експансії стає не тільки зміна економічної моделі споживання, але і перебудова системи ціннісних орієнтацій, створення масової культури, що веде до ідеалізації чужого способу життя, ідеології, світогляду, мистецтва, що породжує почуття неповноцінності у ставленні до власної культури.

Причини запозичень іншомовних слів настільки ж різноманітні, наскільки багатогликий і багатогранний сам процес міжкультурної комунікації. Однак, у складі англійських запозичень у сучасному науковому дискурсі прийнято виділяти, як правило, дві основні групи, що розрізняються підставою запозичень:

1) термінологія (мова комп'ютерної справи, сучасна економіка, фінансова справа, менеджмент);

2) «данина моді» (презентація, рейтинг, консенсус, брифінг, шоп-тур, кілер та інші).

Чіткої межі між цими групами немає, оскільки багато запозичень, будучи термінами, в той же час мотивовані і престижністю іншомовних номінацій (ток-шоу, шоумен, брейн-ринг) [6, с. 19].

Деякі лінгвісти відзначають «експресивність новизни» – одна зі стійких причин запозичення англіцизмів як більш престижних, вагомих, виразних. Англіцизми мають над синонімами ту перевагу, що атестують мовця у соціальному плані в

певних сферах більш високо, підкреслюють рівень інформованості та претендують на перевагу певної групи молоді, що використовує цю лексику.

Інтерес до запозичених слів і їх функціонування в мові залишається незмінним протягом багатьох років, тому що неминучим залишається мовний контакт носіїв різних мов, тепер уже розглянутий під кутом діалогу культур. Очевидно, що в сучасному інформаційному суспільстві найбільш відчутним є вплив англійської мови як засобу комунікації.

1) Володіння переважно англійською мовою в якості іноземної.

2) Престиж іноземної мови (англійська мова асоціюється у носіїв мови з американським способом життя, і вживаючи англіцизми, мовець прагне продемонструвати свою прогресивність, освіченість, приналежність до певної соціальної групи).

3) Комунікаційний, пов'язаний зі стрімким розвитком комунікаційної мережі.

4) Демографічний (інтенсивна міграція населення зумовлює розвиток білінгвізму).

Основними лінгвістичними факторами традиційно вважаються наступні:

1) Етимологічний (приналежність мов до однієї мовної сім'ї).

2) Формальні (морфологічний і фонемно-графемний).

3) Відсутність відповідного найменування в мові-реципієнті.

4) Стилiстичний (англіцизми володіють більшою експресивністю в порівнянні з еквівалентами).

5) Необхідність мовної економії.

6) Необхідність спеціалізації понять у певній сфері людського життя.

7) Тенденція до усунення полісемії або омонімії споконвічних слів.

8) Евфемізація та ін. [1, с. 88].

Мова ЗМІ, охоплюючи різні функціональні різновиди мови, перетворюється на потужну систему, яка впливає, насамперед, на лексичний пласт національної мови. Поява великої кількості іншомовних слів і їх закріплення у лексиконі пояснюється стрімкими змінами в суспільному та науковому житті і, перш за все, процесом глобалізації, з яким пов'язані обширність інформаційних потоків, поява глобальної комп'ютерної системи Інтернет, розширення міждержавних та міжкультурних зв'язків, розвиток світового ринку, економіки, інформаційних технологій, участь в Олімпіадах, міжнародних фестивалях тощо. Глобальний розвиток інформаційних технологій висуває на перший план проблему перекодифікації усіх пластів словника, тобто відбувається зміна лексичних парадигм. Як наслідок, відбувається руйнування старих, лексично зумовлених синтаксичних зв'язків і виникнення нових [5, с. 189].

Відтворення одиниць іноземної мови найчастіше зустрічається в оповіданнях про життя іншого народу, звичаї, мораль і культуру чужої країни. Відображення незвичайних для носіїв даної мови фактів чужої національної своєрідності в укладі життя, культурі, традиціях і т.д., називаються реаліями. Причини вживання запозичень можуть бути різними: від міркувань престижності мови (іноземне слово підвищує соціальний престиж мовця в очах оточуючих) і мовного снобізму (іноземне слово видається більш модним чи сучасним) до міркувань прагматичного (практичного) порядку. Іноземне слово може затушовувати дійсний соціальний сенс політичного терміна, воно має ту експресивність, яка може сприяти рекламі того чи іншого товару і т.п. [6, с. 19].

Поповнення лексики, поява нових мовних одиниць відбувається шляхом прямого запозичення, дослівного калькування, вільного калькування і перенесення значення запозиченої одиниці з іншої мови на утримання слова рідної мови.

Взаємовідносини між споконвічною лексикою і запозиченою можуть бути двоякими: в одному випадку запозичення просто підключаються до відкритих рядів лексики або заповнюють лакуни, не порушуючи загальної рівноваги в даній ланці системи, в іншому – поява нової лексики може порушити системні зв'язки, викликати деякі зрушення і переміщення у відповідній ланці [4, с. 99].

ЗМІ є потужним апаратом для впливу на свідомість особистості, і на громадську думку, що пояснюється, перш за все, всеохопністю та масштабістю цього каналу впливу, а також різноманіттям способів подання інформації і можливістю використання багатьох прийомів маніпуляції у практиці ЗМІ, адже жодний інший соціальний інститут не володіє такою кількістю інформації та засобів маніпулювання свідомістю.

Використання в текстах статей друкованих чи електронних ЗМІ найрізноманітніших мовних стратегій є надзвичайно поширеним явищем у сучасному полікультурному просторі. Їхній вплив проявляється і в структурі тексту, і в розділових знаках, і в різноманітних тропях, кліше, і в використанні приказок, цитат з пісень, фільмів і т.д. Все це чинить неабиякий вплив на свідомість особистості, адже, крім привертання уваги технічним виділенням думок в статті, різні вербальні технології сприяють й емоційному тиску на читача [6, с. 19].

Висновки. Отже, існує кілька причин мовних запозичень, які ЗМІ впроваджують у мову разом із новими словами та новими граматичними нормами, трансформуючи запозичені слова. В якості причин запозичень англіцизмів у мові мас-медіа вбачають: термінологію, «данину моді», експресивність новизни, емоційність висловлювання, які відображено в літературі, та субмовну ідентифікацію. Адаптація запозичень у мові відбувається і на рівні вимови, оскільки в більшості випадків англо-американізмів вимовляються за правилами англійської фонетики. Але іноді частина запозичень вимовляється або за правилами мови, що запозичує або за змішаним типом. Вплив на вимову надають медіатексти, оскільки вони є прикладом для наслідування.

Існують певні об'єктивні причини англомовних запозичень в українській лексиці. Але, якщо на початковому етапі нової хвилі іншомовних запозичень (кінець 80-х – середина 90-х рр. ХХ ст.) переважали думки про те, що не слід їх боятися, оскільки мова сама впорється з потоком запозичень, у процесі мовної практики відпадатиме все штучне і зайве, а вдалі новотвори та доцільні запозичення приживуться у мові, то останнім часом говорять про перенасиченість української мови іншомовною лексикою.

Проти неконтрольованих англомовних запозичень доволі активно виступають мовознавці з інших слов'янських країн, вважаючи, що надмірне захоплення іншомовними словами завдає шкоди рідній мові не лише на лексичному рівні, але й для її будови загалом.

Література:

1. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад: навч. посіб. для студ. філол. напрямку підготовки / Л. П. Білозерська, Н. В. Возненко, С. В. Радецька; М-во науки і освіти України, Херсон. нац. техн. ун-т. – Вінниця : Нова Книга, 2010. – 232 с.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова Книга, 2004. – 576 с.
3. Карабан В. І. Переклад англійської наукової та технічної літератури: частина 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2001. – 304 с.
4. Baugh, A. A History of the English Language [Text] / A. Baugh. – London. – 1974. – 307 p.

5. Crystal D. Global Understanding for Global English / Лингвистика и межкультурная коммуникация. Серия 19. – 2001. – № 4.
 6. Ter-Minasova S. Global English – a Global Problem / Лингвистика и межкультурная коммуникация. Серия 19. – 2001. – № 4.

УДК 811.111'42'37

Ю. М. Нідзельська,

Житомирський державний університет імені Івана Франка, м. Житомир

ОСНОВНІ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЄВРЕЙСЬКОГО АНГЛОМОВНОГО РЕЛІГІЙНОГО ДИСКУРСУ

Представлена стаття присвячена вивченню основних лінгвокультурологічних особливостей єврейського англо-мовного релігійного дискурсу. Існують такі функції релігії: світоглядна, комунікативна, регулятивна, культуротранслююча, інформаційна, нормативна. Актуальність представленої статті зумовлено зацікавленістю мовознавців складними питаннями зв'язку мови, культури, реалізації певних етноспецифічних ідей в середовищі єврейського англо-мовного релігійного дискурсу. Іудаїзм характеризують за такими параметрами: монотеїзм; віра в особливий заповіт Бога й «обраного народу»; специфічні закони. Було визначено такі особливості матеріалу: оцінна спрямованість текстів, піднесеність стилю, наявність повторів та епітетів.

Ключові слова: дискурс, поняття каяття, молитва, метафора, поняття обраності, сугестія, табу.

BASIC PECULIARITIES OF JEWISH ENGLISH SPEAKING RELIGIOUS DISCOURSE

The represented article is dealt with the study of the basic lingual cultural peculiarities of Jewish English speaking religious discourse, basic religious functions. Religious discourse is considered to be the institutional communication, and discourse is understood differently within modern linguistics. The following functions of religion are mentioned: world outlook, communicative, regulative, translating, informative, normative and others. The topicality of the article is determined by linguists' interest in the complicated character of the relations between language, culture, realization of certain ethno specific ideas in Jewish English speaking religious discourse. Judaism is often characterized by the following aspects: monotheism; the belief in the berith (between God and Jewish people); ethnic and territorial identity; specific laws. In the research it is underlined that some biblical ideas influence upon the human culture in general. Thus, in this paper the nominal and sentence metaphors which realize the address to the God, the main notions and symbols of Judaism: the notion of redemption and chosenness of Jewish people, tefillin, blessing the food, immanentism of God, prayer Shema and mitzvot. Thorough attention is given to suggestive character of the texts. As religious discourse is based on the suggestion which is the verbal influence on the human psyche which is perceived without criticism. The features of the analyzed material are distinguished: evaluative character; elevated style; repetitions; and epithets. Thus, the article investigates the understanding of discourse, basic religious functions, the language means of realization of Jewish religious discourse, main symbols of Judaism.

Key words: discourse, notion of atonement, prayer, metaphor, notion of chosenness, suggestion, taboo.

ОСНОВНЫЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЕВРЕЙСКОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО РЕЛИГИОЗНОГО ДИСКУРСА

Представленная статья посвящена изучению основных лінгвокультурологических особенностей еврейского англоязычного религиозного дискурса. Подчеркивают такие функции религии: мировоззренческая, коммуникативная, регулятивная, культуротранслирующая, информационная, нормативная. Актуальность статьи обусловлена заинтересованностью лингвистов вопросами связи языка, культуры, реализации некоторых этноспецифических идей в пространстве еврейского англоязычного религиозного дискурса. Иудаизм характеризуют по таким параметрам: монотеизм; вера в особенный завет Бога и «избранного народа»; специфические законы. Были обнаружены следующие особенности материала: оценочный характер текстов, возвышенный стиль, повторы и эпитеты.

Ключевые слова: дискурс, понятие раскаяние, молитва, метафора, понятие избранности, сугестия, табу.

Перш за все, варто зазначити, що у сучасному мовознавстві дискурс вважають складним соціально-лінгвістичним феноменом. До того ж, щодо виділення типів дискурсу можемо сказати, що сьогодні не існує одностайної думки щодо критеріїв їх виокремлення. Дослідженням дискурсів займалися Т. ван Дейк, А. Белова, В. Карасік, І. Мечковська, О. Морозова, І. Шевченко. Значна кількість існуючих визначень дискурсу свідчить про багатогранність феномена. Ми підтримуємо точку зору, згідно якої дискурс варто розуміти як «інтегральний феномен, як мисленнєво-комунікативну діяльність, яка є сукупністю процесу й результату, включає як позалінгвістичний, так і власне лінгвістичний аспект, в останньому, крім тексту, виділяється пресупозиція і контекст, які обумовлюють вибір мовних засобів» [1, с. 37]. Актуальність представленої статті зумовлено зацікавленістю мовознавців складними питаннями зв'язку мови, культури, реалізації етноспецифічних ідей в середовищі єврейського англо-мовного релігійного дискурсу. До того ж, єврейська Біблія стала однією з найвпливовіших книг в історії людства, частина євреїв розвинула в окрему релігію Християнство. Зокрема біблійні ідеї здійснюють вплив на людську культуру. Єврейську культуру сприймають як загальну матрицю, що охоплює багато аспектів життя, що зумовлює необхідність вивчати релігійний дискурс євреїв. Мета роботи – у розгляді певних лінгвокультурних характеристик англо-мовного єврейського релігійного дискурсу. **Завдання статті** – розглянути тлумачення поняття дискурсу у лінгвістиці, визначити основні функції релігії, розглянути англо-мовні мовленнєві засоби реалізації єврейського релігійного дискурсу, представити основні символи єврейської релігії Іудаїзму. У межах інституційного дискурсу виділяють підтипи: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, релігійний, медичний, науковий, діловий, рекламний, спортивний (В. Карасік). Релігія є інституційним типом комунікації, відповідно, виокремлюють основні жанри релігійного дискурсу: молитву, сповідь, проповідь, обрядову дію. Нерідко вказують на існування функцій релігії: світоглядна, комунікативна, регулятивна, культуротранслююча, інформаційна, нормативна.

Мова іврит поєднувала євреїв у країнах розсіяння, була неодмінною умовою для функціонування релігійного дискурсу, її називали *leshon ha-kodesh* або *the holy tongue*. У єврейській лінгвокультурі спостерігаємо взаємообумовлюючий характер національності та релігії, основна релігія євреїв – Іудаїзм. Іудаїзм часто характеризують за такими параметрами: монотеїзм; віра в особливий заповіт Бога й «обраного народу»; етнічна та територіальна ідентичність; специфічні закони. Перший параметр є генералізованим, його можна сформулювати так: *God is the Supreme Being in Heaven above...* (Deut. 4: 39).

Поширення в межах єврейського релігійного дискурсу набув принцип любити євреїв [2, с. 199, 205], тобто любити все добре в євреях: *All Jews deserve the unconditional love of their brethren* [3, с. 56]. Нерідко в англо-мовних текстах натрапляємо на вкраплення *Ahavat yisrael*, що означає *love of a fellow Jew*.