

фундаментального дослідження проблеми принаймні у таких аспектах, як системно-структурний та функціональний. Не можна також не зважати на вплив глобалізації на формування сучасної мовної картини.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Акуленко В. В. Научно-техническая революция и задачи интернационализации научно-технической терминологии // Интернациональные элементы в лексике и терминологии. – Харьков : Вища школа, 1980. – С. 129-146.
2. Архипенко Л.М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця XX - початку XXI ст.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 “Українська мова” / Л. М. Архипенко. — Харків, 2005. — 20 с.
3. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологии. – Москва : Учпедгиз, 1957. – 296 с.
4. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд. стереотип. – Москва : Сов. энциклопедия, 1969. – 608 с.
5. Виноградов В. В. Основные типы лексических значений слов. // Вопросы языкознания. – М. – 1953. - № 5. – С. 3 – 29.
6. Зеленцова М. Г. Особливості відображення іншомовної термінології в мовах-реципієнтах (на матеріалі термінології менеджменту російської та української мов) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.15 “Загальне мовознавство” / М. Г. Зеленцова – Донецьк, 2006. – 21 с.
7. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. – М. : Наука, 1968. – 208 с.
8. Крысин Л.П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово» / Л.П.Крысин // Развитие лексики русского литературного языка. – М. : Наука, 1965. – С. 104 - 116.
9. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. – М. : Наука, 1980. – С. 81 – 155.
10. Левковская К. А. Теория слова, принципы ее построения и аспекты изучения лексического материала / К. А. Левковская // Украинский язык и литература в школе. – 1976. - № 1 – С. 26 – 33.
11. Лингвистический энциклопедический словарь.– М. : Советская энциклопедия, 1990. – 840с.
12. Мозова І. М. Запозичена лексика в сучасній російськомовній рекламі в інформативному та соціокультурному аспектах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.02 “Російська мова” / І. М. Мозова. — Донецьк, 2007. — 19 с.
13. Олійник А. Д. Роль запозичень-англіцизмів у розвитку сучасної української мікроекономічної термінології: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 “Українська мова” / А. Д. Олійник. – Київ, 2002. – 20 с.
14. Панько Т. І. Зовнішньомовна та внутрішньомовна мотивованість суспільно-політичних термінів / Т. І. Панько // Українське мовознавство. – К. – 1984. – Вип. 12. – С. 11–17.
15. Попова Н. О. Структурно-семантичні особливості новітніх лексичних запозичень з англійської в українську мову (90-і рр. XX ст. - початок XXI ст.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 “Українська мова” / Н. О. Попова. — Запоріжжя, 2005. — 19с.
16. Реформатский А. А. Введение в языковедение : учебник для студентов филол. специальностей высш. пед. учеб. заведений / А. А. Реформатский ; МГУ им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., испр. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 518 с.
17. Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира : сб. науч. тр. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
18. Сергеева Г. А. Англомовні запозичення в українській правничій термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01 “Українська мова” / Г. А. Сергеева. – Харків, 2002. – 16 с.
19. Уфимцева А. А. Лексическое значение: принципы семитологического описания лексики. – М. : Наука, 1986. – 260 с.
20. Федорець С. А. Англійські запозичення в мові сучасної української реклами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01 “Українська мова” / С. А. Федорець. – Харків, 2005. – 20 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Юлія Керпатенко – аспірантка кафедри германського та порівняльного мовознавства Київського національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова.

Наукові інтереси: загальне та порівняльно-історичне мовознавство, лексикологія.

ЗАПОЗИЧЕННЯ З АНГЛІЙСЬКОЇ У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ ТА ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРАХ В УКРАЇНСЬКІЙ І РОСІЙСЬКІЙ МОВАХ: ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Тетяна ЛЕЛЕКА (Кіровоград)

У статті розглядаються англійські запозичення суспільно-політичної та економічної сфери, які використовуються в російській та українській пресі, у зв'язку з політичними та економічними перетвореннями останнього десятиліття. Досліджені різні функції інішомовних елементів та їх стилістичні ознаки у газетному тексті, а також відмінності у застосуванні англійських слів українською та російською мовами і неоднакове ставлення до них різних мовних суспільств.

The article deals with English borrowings of the social, political and economic fields, which are used in Russian and Ukrainian press, connected with political and economic changes of the recent ten years. The different functions of the foreign elements and their stylistic characteristics in the newspaper text, the differences of the usage of English words in the Ukrainian and Russian languages, the different attitude to them, according to the different language societies are researched.

У сучасному світі соціально-політичних та економічних перетворень, а також орієнтуванні пострадянських держав на західні моделі розвитку дуже важко обійтись без запозичених слів. Інтеграційна політика України та Росії, намагання покращити свій економічний потенціал відбиваються на розвитку мовних процесів. Звичайно, перехідні періоди в історії держави завжди мали своє відображення у лексичній системі мови. І це є

головною причиною використання великої кількості іншомовних елементів в контексті преси.

Англiцизми займають одне з перших мiсць серед запозичень в українській та російській мовах. На сьогоднішній день тенденція щодо подальшого розвитку іншомовних елементів в них набуває все більшого і більшого масштабу. Але у контексті преси у запозичень з'являються нові ознаки. Суспільно-політична та економічна лексика займає провідне місце у мові ЗМІ, а англiцизми виконують у ній дуже багато функцій.

Проблемою використання іншомовних слів у мові мас-медіа займалися багато вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, а саме: Д.Х. Баранник, Т.І. Панько, О.А. Стишов, Е.Ф. Володарська, Л.П. Крисін, А.І. Дьяков, А.К. Казкенова та інші.

Мета даної роботи – дослідити основні особливості іншомовних елементів в контексті української та російської мов у функціонально-стилістичному аспекті на прикладі їх використання у контексті ЗМІ. Головна увага приділяється суспільно-політичній та економічній лексиці.

По-перше, слід сказати про безперечно велику роль іншомовних слів у процесі найменування нових предметів та явищ, які з'явилися у сучасному світі останнім часом. На початку ХХІ століття життя української та російської держав змінилось завдяки запровадженню нових реалій суспільно-політичного та економічного напрямку. Тяжіння до „західного” стало неодмінною складовою розвитку суспільства за останнє десятиліття. Використання іноземних слів на сьогоднішній день є нормою розвитку української і російської мов. Звичайно, все те, що потрапило у нашу реальність завдяки торговельним, економічним, культурним контактам України і Росії з західними державами, залишило і іншомовні назви. Ми можемо говорити про різні лексичні групи запозичень, які останнім часом стали часто вживаними, а саме: укр. *дилер*, рос. *дилер* (фін. фізична або юридична особа, яка здійснює перепродаж товарів, а також цінних паперів [8, с.223]); укр. *брокер*, рос. *брокер* (офіційний посередник під час укладання угод між зацікавленими сторонами на біржі [8, с.120]); укр. *дефолт*, рос. *дефолт* (відмова держави, юридичної або фізичної особи від виконання своїх зобов'язань, зокрема фінансових, в односторонньому порядку [8, с.217]); укр. *дистриб'ютор*, рос. *дистрибьютор/дистрибутор* (юридична або фізична особа, якій дають виключні права на гуртову купівлю й перепродаж певних товарів або послуг у межах певної території або ринку [8, с.231]); укр. *бізнес*, рос. *бизнес* (економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку [8, с.105]); укр. *менеджер*, рос. *менеджер* (1) найманий професійний керівник підприємства; спеціаліст у сфері керування виробництвом; 2) підприємець у професійному спорті, у розважальному бізнесі, який організовує виступи спортсменів, артистів [8, с.446]); укр. *холдинг*, рос. *холдинг* (придбання контрольних пакетів акцій та створення холдинг-компаній [8, с.736]); укр. *лізинг*, рос. *лизинг* (довготермінова оренда машин, обладнання, транспортних засобів, виробничих споруд [8, с.413]); укр. *корпорація*, рос. *корпорация* (одна з форм монополії – акціонерне товариство, яким керують менеджери [8, с.385]) та інші: „...президент холдинга” [МК в Україні, 2007, №25]), „бывший менеджер компании” [МН, 2007, №9], „...корпорация будет решать все земельные вопросы” [МН, 2007, №18], „обращайтесь к нашим дилерам” [КП, 2008, №12], „працює дистриб'ютором компанії” [Дзеркало тижня, 2008, №6], „объявили дефолт” [МН, 2005, №4], „корпорация запрашує на роботу” [Дзеркало тижня, 2008, №12] та інші.

Практично в кожній тематичній групі більшу частину запозичених англiцизмів складають лексеми, що з'явилися в мові-реципієнті як результат задоволення необхідності в найменуванні нової речі чи поняття [2, с.37].

По-друге, не слід забувати, що багато іншомовних слів вживаються через те, що існують такі явища і предмети, які в російській та українській мові не мають однослівного перекладу, тобто вони замінюють фразове розтлумачення вже давно запозичених слів. Так, в російській і українській мовах з'явилися англiцизми укр. *спікер*, рос. *спикер* (неофіційна назва голови Верховної Ради України [8, с.638]); укр. *імпічмент*, рос. *импичмент* (особливий порядок притягання до відповідальності та усунення з посади найвищих посадових осіб [8, с.299]); укр. *інаугурація*, рос. *инаугурация* (урочиста церемонія вступу на посаду глави держави та низки інших виборних осіб [8, с.300]); укр. *корупція*, рос. *коррупция* (1) підкуп і

продажність державних і політичних діячів; 2) зрощення органів державної влади із структурами організованої злочинності [8, с.386]); укр. *митинг*, рос. *митинг* (масові збори для підтримки будь-яких вимог, для вияву солідарності і протесту [8, с.460]); укр. *прес-конференція*, рос. *пресс-конференция* (зустріч державних, політичних, громадських, наукових діячів з представниками преси, радіо, телебачення з питань, що цікавлять широку громадськість [8, с.558]); укр. *саміт*, рос. *саммит* (зустріч глав держав, урядів [8, с.608]) та інші: „*як проголосив спікер*” [ГУ, 2006, №12], „*саміт на двох*” [День, 2007, №16], „*собрав прес-конференцію*” [КП, 2005, №5], „*побывал на саммите в Грузии*” [МН, 2007, №24], „*обговорювали проблему корупції*” [День, 2007, №17], „*на митингу були присутні*” [ГУ, 2006, №42].

Тенденція щодо встановлення співвідносин між неподільністю об'єкта і одноелементністю, однолексемністю простежується в тому випадку, коли відбувається заповнення пустої ячейки, якій відповідає відповідний зміст, але означає – у вигляді окремого слова – відсутнє (замість нього використовується описовий зворот) [3, с.59].

Англіцизми у більшості випадків не мають в українській і російській мовах таких відповідників, які б точно передавали їх зміст. Як правило, іншомовні назви і власні мають різні відтінки значення і використовуються у різних сферах: укр. *офіс*, рос. *офис* (установа; контора, канцелярія якої-небудь фірми, підприємства, службове приміщення [8, с.569]), англ. *office* (1) кімната або будівля, де працюють люди якоїсь організації чи установи [9, с.982]) – укр. *контора*, рос. *контора* (1) адміністративно-канцелярський відділ підприємства, закладу, установи чи окрема установа з господарськими, фінансовими та ін. функціями. // приміщення, де перебуває такий відділ або установа [1, с. 383]: „*бізнесмена знайшли в офісі*” [День, 2007, №25], „*офіс фірми находилась недалеко*” [КП, 2007, №12], „*в офис позвонил представитель юридической конторы*” [МН, 2007, №18]. Сфера застосування слова *офіс* в українській та російській мовах стосується у більшості випадків приватних установ, власники яких займаються підприємницькою діяльністю, а *контора* використовується для називання приміщень державних установ, а також організацій, які займаються правовою діяльністю.

Укр. *менеджер*, рос. *менеджер* (1) найманий професійний керівник, спеціаліст у сфері керування виробництвом; 2) підприємець у професійному спорті, розважальному бізнесі, який організовує виступи спортсменів [8, с.446]), англ. *manager* (той, хто організовує або контролює роботу підприємства, організації чи її частини; той, хто контролює діяльність працівників сфери розваг або спортсменів [9, с.868]). Англійське запозичення дуже близьке до слів укр. *керівник* (той, хто керує ким-, чим-небудь, очолює когось, щось [1, с.357]), рос. *руководитель* (лицо, которое руководит кем-нибудь, чем-нибудь [5, с.597]). Але в українській і російській мовах ці слова не мають семи „найманий працівник”, а по-друге, вони позначають того, хто очолює якусь організацію, до того ж англійське *менеджер* у своєму значенні має сему „керівник якоїсь сфери діяльності”, тому і використовується у більшості випадків у словосполученнях, які конкретизують напрямки діяльності: укр. *бренд-менеджер*, рос. *бренд-менеджер* (начальник відділу продажу конкретної торгової марки, бренду [10, с.3]), укр. *менеджер з логістики*, рос. *менеджер по логистике* (*Logistics Manager / Operations Manager*, планування об'ємів закупівель, витрат, здійснення і контроль закупівель [10, с.3]), укр. *менеджер на митниці*, рос. *менеджер на таможене* (*Customs Manager* координація роботи з переправки товарів за кордон та із-за кордону [10, с.3]), укр. *менеджер зі страхування*, рос. *менеджер по страхованию* (страхування продукції, матеріалу, транспорту [10, с.3]) та інші: „*звертайтесь до менеджерів з продажу*” [День, 2008, №17], „*нас встретил менеджер торгового зала*” [КП, 2006, №5], „*щоб домовитись з менеджером*” [Дзеркало тижня, 2007, №7], „*обратился к менеджеру по страхованию*” [МН, 2007, №36] та інші.

Насьогодні англіцизми витісняють раніше засвоєні запозичення або власні українські чи російські слова, наприклад, *прайс-лист* (замість *прейскурант*), *імідж* (замість *образ*) тощо. У цьому випадку точніше говорити не про витіснення, а про перерозподіл змістових ролей. В одних ситуаціях краще використовувати англіцизми (укр. *імідж* працівника, *імідж* банка, *імідж* керівника; рос. *имидж* работника, *имидж* банка, *имидж* руководителя), а в

інших (і цих ситуацій поки що більше) – укр. образ, рос. образ (укр. образ Божий, образ царя, образ вчителя; рос. образ Божий, образ царя, образ учителя та інші). У даному випадку краще використовувати вираз Л.П. Крисіна „необхідність спеціалізації поняття” [3, с. 60].

Серед запозичених елементів, які виконують функцію економії мовних засобів, можна назвати вживання складних слів, де одна частина є або складовою композиту, або іншомовним префіксом, наприклад: „инициированы бывшими **топ-менеджерами**” [МН, 2007, №13], „работов **топ-менеджером** компании” [Дзеркало тижня, 2007, №21]; де англ. *top* – частина слів, яка має значення „найліпший”, „найвищого гатунку” [677]; „**сейлзменеджер** допоміг” [День, 2008, №12], „устроился **сейлзменеджером**” [КП, 2008, №4], англ. *sales* – частина складних слів, яка означає „пов’язаний з торгівлею” [9, с.1253] та інші.

Відсутність відповідного найменування в українській чи російській мовах програє у конкуренції із запозиченим елементом. М.А. Брейтер відмічає, що близько 15% новітніх англіцизмів запозичуються у зв’язку з відсутністю відповідного найменування в мові-реципієнті [6, с.132]. До них відносяться: укр. *топ-модель*, рос. *топ-модель*; *brand name*; укр. *дайджест*, рос. *дайджест*; укр. *спічрайтер*, рос. *спичрайтер*; укр. *спонсор*, рос. *спонсор* та інші. Грані між цією та попередньою групою дуже розмиті, тому що у багатьох випадках важко стверджувати чи є поняття новим для мови-реципієнта.

У контексті преси фіксуються нові значення запозичень, які ще не відображені у словниках іншомовних слів. Англізми можуть набувати нового змісту на основі метафоричного переосмислення. Наприклад, слово укр. *рейдер*, рос. *рейдер* вживається у контексті ЗМІ за іншим призначенням, яке подане у його тлумаченні (військовий чи морський термін, а саме „військовий корабель, що проводить далеко від баз самостійні бойові операції, головним чином пов’язані зі знищенням транспортних суден ворога” [8, с.367] або „військовий корабель або озброєне судно, що виконує самостійні завдання з метою знищення морських транспортних засобів противника” [8, с.645]): „**рейдерські** напади” [КВ 2007, №35], „спасіть від **рейдерів**” [ГУ 2007, №77], „чекай **рейдерів**” [ГУ 2007, №89], „існує програма „**Антирейдер**” [„Діловий час”], „**рейдерський** пасьянс” [„Підсумки”], „бережися **рейдерів**” [Діловий час], „на що спроможні **рейдери**” [ГУ 2007, №56], „охранять от **рейдеров**” [МН, 2007, №4], „стали добычей **рейдеров**” [КП, 2007, № 5]. Головною лишається сема „актака, захоплення”, але в українській і російській мовах на основі цього виникає абсолютно нове значення, пов’язане з привласненням чужої території. Його поява – це відображення тієї політичної та економічної реальності, в якому сьогодні живе суспільство.

В мові українських і російських ЗМІ виникають словосполучення на основі англіцизмів та власних слів, які часто використовуються і набувають ознак сталих виразів. Наприклад, „состоялся **черный саммит**” [МН, 2007, №14] (у значенні „зустріч глав держав, яка принесла негативний результат”), „**чорний саміт** завершився поражкою” [Дзеркало тижня, 2007, №5], „встреча превратилась в **черный саммит**” [МН, 2006, №36]; „займався **чорним піаром**” [День, 2008, №14] (у значенні „представлення когось, чогось у негативному, непривабливому світі), „вокруг **черный пиар**” [КП, 2007, №7]; „виставку відвідала **перша леді країни**” [День, 2008, №17] (у значенні „дружина президента”), „**первая леди страны** занялась благотворительностью” [МН, 2007, №42] та інші.

Запозичення з англійської використовуються в мові українських і російських ЗМІ для того, щоб уникнути тавтології. Наприклад, „присутні на зустрічі президентів, де **лідери** обох держав обговорювали...” [День, 2007, №26], „политическая пропаганда стала раздражать, потому что этот **пиар**...” [МН, 2007, №24] та інші, але основна функція іншомовних слів в мові преси полягає у їх використанні як стилістичних елементів. У мові ЗМІ завжди відображається намагання донести читачеві власне бачення останніх подій. Експресивність та іронія постійно присутні у текстах, що стосуються економічних та політичних подій держави. У контексті російських ЗМІ простежується тенденція щодо постійного іронічного зображення політичних скандалів з використанням іншомовних елементів, сприйняття західних реалій тлумачиться як негативні явище. Наприклад, „политический **бизнес** продолжается” [МН, 2006, №13], „война **Джипа** и Волги” [КП, 2007, №15], „доллар ущемляет рубль” [МН, 207, №5] та інші.

У мові української преси простежується неоднозначне ставлення до нових соціально-економічних та політичних перетворень в державі. Початок ХХІ століття став остаточним етапом переходу на західні моделі розвитку демократичних відносин. Намагання України

стаття справжньою демократичною державою відобразилась у мові ЗМІ. Використання іншомовної лексики було відображенням інтеграційних процесів, які відбувались в країні. Набувають актуальності слова *бізнес, маркетинг, дистриб'ютор, спонсор, спікер, саміт, менеджер, лізинг* та інші. Вони передаються у мові преси як такі, які позначають новий етап розвитку держави: „розвиток *маркетингу в державі*” [ГУ, 2002, №5], „ціла низка *дистриб'юторських організацій*” [День, 2004, №18], „*лізингова компанія розпочала свою роботу*” [День, 2004, №12], „*запросили менеджера з працевлаштування*” [ГУ, 2002, №14], „*ціни у доларах*” [Дзеркало тижня, 2005, №2] та інші.

Але на сьогоднішній день у зв'язку з фінансовими кризами та політичними скандалами в державі у мові ЗМІ іншомовні слова стали використовуватись для експресивного та іронічного маркування суспільно-політичних текстів. Тобто у контексті української та російської преси за останній рік англіцизми виконують однакові функції.

По-перше, вони мають іронічно-негативні ознаки, наприклад: „*ті, що на джипах ніколи не будуть відповідати за свої дії*” [День, 2008, №16], „*правительство не обращает внимания на политический дискомфорт*” [МН, 2007, №36], „*переговори з депутатами-аутсайдерами*” [Дзеркало тижня 2008, №12], „*бізнес любой ценой*” [МН, 2007, №18], „*спонсорам прощают все*” [КП, 2008, №12], „*депутати бились як справжні файтери*” [Дзеркало тижня, 2008, №12], „*лізинг или обман*” [КП, 2008, №2] та інші.

Ефект іронічного досягається різними засобами в мові преси, наприклад, використання латиниці в українському чи російському тексті: „*superдепутати нарешті проголосували*” [Дзеркало тижня, 2008, №12], „*happy end нового законодательства*” [КП, 2008, №5], „*sex в большой политике*” [МН, 2007, №36], „*це не політик, це politician*” [День, 2008, №25], „*happy end в парламентских переговорах*” [МН, 2007, №14] та інші.

Також для цього використовується термінологія іншої тематичної групи. Так, у сфері політики дуже часто вживаються спортивні та біржові терміни, наприклад: „*соревнование лидеров по масс-рестлингу*” [МН, 2007, №14], „*депутати-файтери били один одного*” [Дзеркало тижня, 2008, №12], „*політична криза побила усі рекорди*” [День, 2008, №24], „*в первом раунде политического поединка*” [КП, 2008, №21], „*в бой вступили политические букмекеры*” [МН, 2007, №12], „*маклери депутатських переговорів*” [День, 2008, №24] та інші.

Конотативні ознаки мають тексти, в яких змішуються слова різних стилістичних сфер, наприклад, „*попал король под аудит*” [МН, 2007, №36], „*партийные топ-менеджеры*” [МН, 2007, №42], „*сказала леді-бізнесменка*” [Дзеркало тижня, 2008, №7], „*лідер великого хаосу*” [День, 2008, №5] та інші.

В контексті преси використовуються композитні моделі несумісних за значенням слів, одне з яких – англіцизм, наприклад, „*спонсоры-старушки*” [КП, 2007, №14], „*депутати-бізнесмени*” [День, 2007, №31], „*саміт-відпочинок*” [Дзеркало тижня, 2007, №24] та інші.

Іронія досягається і за допомогою транслітерації англійського слова, яка сприймається як особливий тип читання і в буквальному, і в переносному сенсі. Наприклад, „*не хотів бути менеджером*” [Дзеркало тижня, 2008, №4], „*ну и где же эти менеджеры*” [МН, 2007, №2] та інші. Тобто англійське слово *manager* читається за правилами мов-реципієнтів, як пишеться. Такий спосіб використання англіцизму означає негативну сторону даного поняття „погано працюючий, непрофесіональний менеджер”. У цьому відображається іронічне відношення до відповідної культури, статусу і звичок нового поняття, яке вживається дуже часто разом з використанням слова укр. *менеджер*, рос. *менеджер*.

Але іншомовні слова мають в мовленні не лише іронічний характер, вони можуть використовуватись і навпаки, для того, щоб надати тексту офіційності, змусити читачів сприймати інформацію. Наприклад, оперування іншомовними елементами у текстах економічного спрямування: „*вивчили пріоритети розвитку маркетингової сфери*” [День, 2007, №32] замість укр. *рикової*; „*лізинг машин*” [КП, 2007, №12] – замість рос. *аренда*; „*сплата за ренту*” [День, 2008, №25] – замість укр. *за оренду* та інші.

Вираження позитивних або негативних конотацій, яких не має еквівалентна одиниця в мові-реципієнті, також становить одну з головних функцій використання іншомовних елементів в мові ЗМІ. В сучасному світі розповсюджене уявлення про те, що іноземні технології є більш прогресивними у порівнянні з українськими чи російськими, іноземні банки надійніші, іноземні товари – більш високої якості. Ця установка широко використовується в рекламі, де запозичення вживаються з метою актуалізації позитивних

конотацій. Наприклад, „*фірми auto-rental*” [Дзеркало тижня, 2008, №14] замість укр. *прокат машин*, „*лучший наб*” [МН, 2007, №21] замість рос. *пивная* та інше.

Але слід відмітити, що дуже часте використання англіцизмів в мові ЗМІ викликає негативну оцінку серед українських та російських громадян, тому створення позитивної конотації за допомогою англіцизмів на сьогодні не завжди спрацьовує. Про це можна було говорити десь на початку ХХІ ст., а зараз ставлення до всього іноземного змінилось, як в українському, так і в російському суспільстві.

Іншомовні слова використовуються також як евфемізми в мові-реципієнті. Серед прикладів можна навести заміну малопrestiжних професій іншомовними назвами, наприклад, укр. *клінер*, рос. *клинер* замість укр. *прибиральник*, рос. *уборщик*: „*страйк клінерів*” [День, 2008, №24], „*работал клинером*” [МН, 2007, №21] та інші. Такого роду заміни викликані бажанням підняти рейтинг представників таких професій [2, с.37]. Або „*на ринку самі бізнесмени стоять*” [Дзеркало тижня, 2006, №12] замість *спекулянти* та інші.

У мові українських і російських ЗМІ англіцизми виконують багато функцій. Їх використання пов'язане і з точною передачею змісту, і з економією мовних засобів. Але у контексті мас-медіа запозичення набувають нових рис: експресивності, іронії. Ставлення українського і російського суспільств до політичних та економічних подій, які відбуваються у державах та у світі, перш за все, відбиваються у мові ЗМІ, де іншомовні елементи допомагають відтворити ту атмосферу, яка віддзеркалює останні події.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел– К.: Ірпінь: ВТФ „Перун”, 2001. – 1440 с.
2. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке //Язык и культура. – Новосибирск, 2003. – С. 35-43.
3. Крысин Л.П. Иноязычное слово в современной жизни //Русский язык конца XX столетия. – М., 1996. – 285с.
4. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Изд-во Эксмо, 2007. – 944 с.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: рус. яз., 1996. – 797 с.
6. Сологуб О.П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке //Наука. Университет. 2002. Материалы Третьей научной конференции. – Новосибирск, 2002. – С. 130-134
7. Стишов О.А. Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ ст. // Мовознавство. – 1999. - №1. – С.7-15.
8. Сучасний словник іншомовних слів /Під ред. Г.П. Півторак. – К.: Довіра, 2006.
9. Macmillian English Dictionary for Advanced Learners. Oxford OX4 PP. A&C Black Publishers Ltd 2005.
10. <http://www/vde.infobus.ru/dictionary/ntm1>.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Тетяна Лелека – аспірантка кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету ім. В.Винниченка

Наукові інтереси: структурно-семантичні особливості англійських запозичень в українській та російській мовах

НОМІНАТИВНА ФУНКЦІЯ АНГЛІЗМІВ РІЗНИХ СЕМАНТИЧНИХ ГРУП У ТЕКСТАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СТИЛЮ

Тетяна МАЙСТРУК (Кривий Ріг, Україна)

У статті розглянуто найчастотніші семантичні групи англійських запозичень, характерні для інформаційних текстів, визначено номінативну функцію цих англіцизмів та особливості їх вживання.

The article presents the most frequency semantic groups of English borrowings, typical for publicistic texts, nominative function of these borrowings and peculiarities of their using.

Актуальність проблеми дослідження функцій англіцизмів зумовлена збільшенням їх кількості в українській мові в кінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст., а також посиленою увагою науковців до вивчення нових аспектів проблеми запозичень з англійської мови.

Так, дослідники надають велике значення процесу освоєння англіцизмів в українській мові (І. Кулинич, Є. Козир, О. Дьолог), доцільності їх використання та впливу на культуру мови (М. Каранська, Т. Зогоруйко, І. Фаріон, Т. Кияк, Г. Шаповалова), дослідженню англіцизмів в окремих галузях: у мові реклами (М. Кириленко, С. Федорець), у мові ЗМІ (В. Леснова, О. Йолкіна, Н. Босак, В. Печерська). Були також спроби розглядати функціонування англіцизмів, однак це робилося лише з точки зору їх вживання (С. Форманова, 348