

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

Т. Журова, М. Кириленко), поза увагою залишалася сама специфіка функціонування, тобто роль англійзмів в українській мові. Досі малодослідженим є питання їх ролі в текстах інформаційного стилю.

Метою статті є визначення особливостей реалізації номінативної функції англійзмів різних семантичних груп в інформаційних текстах.

Як відомо, іншомовні слова, в тому числі й англійзми, на відміну від питомих лексем, мають специфічні особливості в називанні предметів: деякі слова-найменування переходять з англійської мови в українську разом із поняттям іншомовної дійсності, заповнюючи при цьому пусті лакуни в мові-реципієнті; інші – позначають вже існуючі предмети та поняття. С. Рижикова вважає, що в останньому випадку запозичені слова служать певним цілям: 1) вносять додаткові відтінки в поле значень відповідної групи питомих слів, уточнюють або деталізують поняття, що виражається питомим словом, служать для розмежування смислових відтінків; 2) усувають полісемію питомого слова, спрощують його смислову структуру; 3) використовуються як узагальнюючі найменування за наявності в мові лише деталізуючих позначень; 4) замінюють питомі описові звороти [4: 100].

Отже ми спробуємо з'ясувати особливості функціонування англійських запозичень різних семантичних груп в інформаційних текстах.

Слід зазначити, що тексти інформаційного стилю на функціональному рівні мають одну специфічну ознаку: майже всі англійські запозичення, вжиті в цих текстах, виконують лише номінативну функцію, що пов'язано з функціональною спрямованістю інформаційного стилю – повідомляти про актуальні, суспільно важливі події. Ця ознака суттєво відрізняє його від публіцистичного стилю, де більша частина англійзмів виконує не лише номінативну, але й стилістичну функцію.

В інформаційних текстах (ІТ) зосереджено англійзми різної тематики, але найчисленнішими є ті, що належить до семантичної групи „Економіка та фінанси”. Це явище є цілком закономірним, оскільки „сьогодні українська фінансово-економічна думка, дедалі природніше вписуючись у світові інтеграційні процеси, потрапляє й під англомовні термінологічні впливи” [3: 323]. Англійські економічні терміни зазвичай досить короткі, чіткі, однозначні, що створює зручності для їх використання в українських економічних текстах, а сучасні ЗМІ взагалі важко уявити без англійзмів.

Так, із усіх досліджених нами англійських запозичень, що нараховують 488 одиниць, 273 одиниці (тобто 56 %) функціонує в ІТ. Із них 21 % англійзмів можна віднести до семантичної групи „Економіка та фінанси”.

Частина англомовних запозичень цієї семантичної групи позначає нові предмети та поняття. До них можна віднести англійзми таких семантичних підгруп: 1) терміни, що стосуються економічної діяльності (*моніторинг, лізинг*); 2) назви угод, контрактів, цінних паперів (*ф'ючерс, чек*); 3) назви підприємств, організацій та фірм (*холдинг, провайдер*), однак більшість англійзмів семантичної групи „Економіка та фінанси” позначають вже існуючі в мові поняття. У такому випадку вони використовуються з метою конкретизації основного значення слова. Наприклад, *бюджет, експорт, тренд, дефолт*, що належать до семантичної підгрупи „економічні терміни”, а також *трейдер, експортер, інвестор, ріелтер, офіс-менеджер, дистриб'ютор*, які можна віднести до підгрупи „назви осіб, пов'язаних зі сферою економіки”.

Іноді англійські запозичення цієї сфери вживаються для заміни питомих описових виразів короткими лексемами. Наприклад: „*З цієї суми 272 тисячі 726 гривень і 8 копійок становлять дивіденди, проценти, роялті...*” („Сільські вісті”, 2008, № 39). Так, англіцизм *роялті* має два значення: 1) компенсація за використання винаходів, патентів, ноу-хау тощо у вигляді періодичних ліцензійних відрахувань авторам за певними фіксованими (у відсотках) ставками; 2) авторський гонорар за літературний, музичний і т. ін. твір у вигляді фіксованої частки від вартості кожного екземпляра або всього тиражу [2: 478]. У наведеному реченні він вжитий у другому значенні й служить для заміни довгого звороту. Ми віднесемо його до семантичної підгрупи „фінанси”.

Ще один приклад засвідчує заміну англіцизмом довгого питомого звороту: „*Однак, як зазначає Олександр Юрчук, ЦЖД, у Сханурова немає налагоджених відносин з російським*

газовим і нафтовим істеблїшментом” („День”, 2000, №1), адже істеблїшмент тлумачиться як правлячі і привілейовані групи суспільства, підпорядкована їм система влади та управління [2: 261].

Часом у текстах інформаційного стилю (надалі ТІС) трапляються англійські запозичення, вжиті недоречно або в неправильному значенні. Частіше всього це економічні терміни. Наведемо приклад з інтерв'ю: „Ми могли сперечатися з **менеджментом** щодо вибору тих чи інших тем, щодо кількості ресурсів, яких я міг вважати не достатніми для виготовлення програми такої, як я її бачив...” („День”, 2008, №18). У цьому реченні, мабуть, доречніше було б вжити слово *менеджер* замість *менеджмент*, адже *менеджмент* – це сукупність методів, форм і засобів управління виробництвом, яка дозволяє підвищувати його ефективність [5: 285], а *менеджер* – це фахівець з управління господарськими процесами, виробництвом, обігом товарів і послуг; найманий управляючий [5: 285], і суперечка може відбуватися з особою, а не з правилами управління.

У ТІС зустрічається також велика кількість англійських запозичень, що належать до семантичної групи „Культура” – 14 % від усіх досліджених англїзмів. Особливістю запозичень цієї семантичної групи є те, що більшість із них позначають нові предмети, поняття, явища. Наприклад: „Фінальний концерт-конкурс транслюватиметься у прямому ефірі Першого Національного з одночасним телефонним та **sms**-голосуванням” („День”, 2008, № 77). Хоча дуже часто поряд із таким латинським варіантом написання запозичення можна побачити ті, що передаються українським алфавітом: *смс-повідомлення*. Абревіатура *sms* (*short message*) означає коротке повідомлення, і його можна віднести до семантичної підгрупи „форми спілкування”.

Рідше в ІТ сфері культури вживаються неологічні англїзми, що потрапили в мову за останні декілька років: „Чорно-біле тату „Янгол” майстра Артема Рожкова з Києва здобуло гран-прї на IV Міжнародному фестивалі тату і **пірсингу** „Tato Collection 2008” („Українське слово”, 2008, № 33). Так, слово *пірсинг* тлумачиться як проколювання різних частин тіла (носа, вух, брів, верхньої губи, язика тощо) з декоративною метою [5: 339].

Нові предмети та поняття називають також англїзми, що належать до семантичних підгруп „кіно й відео” (*трилер, блокбастер, кліп*), „вистави” (*реаліті-шоу*), „музика” (*реп, сингл*), „терміни, пов'язані зі сферою культури” (*пройм-тайм*) та „назви осіб цієї сфери” (*шоумен, продюсер, діджей*).

Невеликий відсоток англїзмів в ІТ називають вже існуючі поняття. Як і в текстах сфери економіки, вони вживаються з метою конкретизації основного значення слова. До них віднесемо англїзми семантичної підгрупи „музика” (*рїмейк*), „назви громадських організацій” (*клуб*), „назви професій” (*дизайнер*), „вистави” (*шоу*).

Крім того, є ще декілька англїзмів, які вживаються як синоніми до питомих слів. На нашу думку, в таких випадках доречніше було б користуватися питомими відповідниками, однак автори статей надають перевагу англійським запозиченням, що пояснюється престижністю англїзмів або прагненням автора показати знання англійської мови. Так, англїзм *дог-шоу* цілком можна замінити словосполученням *вистава собак*; *ексклюзивний* – *винятковий*, *рїдкісний*; *постер* – *плакат*; *раут* – *званий вечір*.

На відміну від англійських запозичень сфери економіки та культури, англїзми спортивної тематики називають лише нові поняття та предмети, що є інтернаціональними. Їх кількість в ІТ становить 11% від усіх досліджених англїзмів. Це і назви видів спорту (*дайвінг, боді-білдінг*); і назви осіб, пов'язаних зі сферою спорту (*футболїст, тренер, спортсменка, серфер, форвард, арбітр, реферї*); і назви спортивних понять (*тайм, матч, тайм-аут, раунд, клінч, гол, старт, пенальті, шейпінг*).

Значну частку складають також англійські запозичення семантичної групи „Комп'ютерна техніка й технологія” – 6 %. Адже сучасне життя характеризується стрімким впровадженням новітніх технологій та використанням комп'ютерів широкими масами мовців, і, оскільки саме англійська мова є провідною в галузі комп'ютерних технологій, техніки та інформатики, це зумовило велику кількість англїзмів у сучасній українській мові. Ці лексеми швидко входять у загальнономовне вживання й стають поширеними не лише в комп'ютерній сфері, але й в інших сферах діяльності.

Особливістю англійців цієї семантичної групи є те, що всі вони називають нові предмети та поняття, заповнюючи при цьому пусті лакуни в мові-реципієнті: *сайт, Інтернет, сервер, хакер, веб-пейдж, комп'ютер, компакт-диск, монітор, ноутбук*. Більшість із цих комп'ютерних термінів є досить новими і вони не засвідчені у словниках іншомовних слів: „На таких сайтах періодично з'являються **акаунти** „знаменитостей”, які насправді виявляються замаскованими розсилачами **спаму**” („День”, 2008, № 5). Оксфордський словник дає такі визначення слова *акаунт (account)* – 1) опис події або досвіду; 2) характеристика чи заява про фінансові витрати, або розписка, що має відповідне призначення; 3) угода, за якою особа зберігає вкладені клієнтом кошти або постачає клієнту товар у кредит [6]. Однак це слово в інформатиці має інше значення, яке не зафіксоване ні в словниках іншомовних слів, ні в англійських тлумачних словниках. А слово *спам* тлумачиться так: недоречні або невідповідні повідомлення, які розсилаються через Інтернет великій кількості адресатів [6].

Порівняно менша кількість англійців, що зустрічаються в ІТ, належить до семантичної групи „Політика й суспільство” – 3 %. Сюди належать такі англійці, як *лідер, спікер, імпичмент, блок, мітинг*. Особливістю ІТ цієї сфери є те, що тут дуже часто вживаються неологічні англійці, що може ускладнити розуміння тексту. Наприклад: „Говорячи про своє бачення діяльності на посаді радника Прем'єр-міністра України Х. Северінсен зазначила, що буде певним чином „**фрілансером**” („Сільські вісті”, 2008, № 48). Словник іншомовних слів подає такі значення слова *фрілансер*: 1) журналіст, який самостійно обирає теми своїх майбутніх публікацій, не пов'язаний з певною редакцією та який пише на свій страх та ризик без гарантії опублікування; 2) Позаштатний кореспондент; 3) Творчий працівник, що працює без угоди [2: 583]. У цьому прикладі англійцізм *фрілансер*, на наш погляд, вжитий у третьому значенні. Хоча він називає вже існуюче поняття, однак замінює питомий описовий зворот одним словом.

Можна навести ще один приклад: „Як повідомили УНІАН у прес-службі облради, голова ради О. Удовиченко підписав розпорядження про оголошення конкурсу на впровадження проекту „Створення туристично-рекреаційного **кластера** „Гоголівські місця Полтавщини” для розробки відповідного туристичного маршруту” („Сільські вісті”, 2008, № 39). Англійцізм *кластер* тлумачиться так: 1) група певних об'єктів; клас; 2) найменша ділянка жорсткого або гнучкого диска з нанесеною інформацією або вільна [2: 291]. У цьому реченні він вжитий у першому значенні, уточнюючи при цьому основне значення.

Крім того, в ІТ зустрічаються також поодинокі англійці, що належать до семантичної групи „Транспорт” (напр., *гелікоптер* – підгрупа „Літальний апарат”) та „Природа” (напр., *торнадо* – підгрупа „Природні стихії”). Часом англійцізм та питомий відповідник вживаються паралельно для уникнення повторень (напр., *торнадо* – *смерч*): „Внаслідок **торнадо** у штаті Ійова загинуло сім людей. За прогнозами синоптиків смерчі будуть тривати й надалі” („Факти тижня”, ІСТV, 30.05.08).

ВИСНОВКИ. Найчастотнішими в інформаційних текстах є англійцізми семантичних груп „Економіка та фінанси”, „Культура” і „Спорт”.

Тексти інформаційного стилю мають одну специфічну ознаку: майже всі англійські запозичення, вжиті в цих текстах, виконують лише номінативну функцію. Крім того, переважна більшість цих англійців називають нові предмети, поняття, явища, процеси, які неможливо передати питомими лексемами (наприклад, *лізинг, моніторинг, блокбастер, сервер, пенальті*). Особливістю тих англійців, які називають вже існуючі поняття, є те, що вони або вносять додаткові відтінки, деталізують поняття (напр. *трейдер, інвестор, римейк, дефолт*), або вживаються як синоніми до питомих лексем (*раут, шоу, ексклюзивний*).

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Англо-український, українсько-англійський словник [уклад. Н. М. Биховець, І. І. Борисенко, Г. О. Герасименко та ін.] / За ред. Ю. О. Жлуктенка. – К.: ВЦ „Академія”, 1997. – 696 с.
2. Бабик С. П., Сютя Г. М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / За ред. С. Я. Єрмоленко; Худож.-оформлювач О. С. Юхтман. – Харків: Фоліо, 2006. – 623 с.
3. Вознюк Г., Загородній А. Українська фінансова термінологія: проблеми функціонування та розвитку // Проблеми української термінології. – Вісник Державного університету „Львівська політехніка”. – 1998. – Вип. 336. – С. 322 - 325.

4. Рыжикова С. Ю. Лексико-семантическая характеристика английских заимствований современного украинского языка / С. Ю. Рыжикова // Язык: этнокультурный и прагматический аспект. – Днепропетровск, 1989. – С. 98-104.
5. Семотюк О. П. Сучасний словник іншомовних слів. – Харків: Веста: Видавництво „Ранок”, 2007. – 464 с.
6. The new Oxford American dictionary. – 2nd ed. p. cm. by Erin McKean. 1. English language – United States – Dictionaries. 2. Americanisms – Dictionaries. PE 1628. N429 2005.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Тетяна Майструк – викладач кафедри англійської мови з методикою викладання Криворізького державного педагогічного університету.

Наукові інтереси – лексична стилістика української мови.

**ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОКУЛЬТУРНИХ ТА ВНУТРІШНЬОКУЛЬТУРНИХ
ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ
У 20-30 РР. ХХ СТ**

Тетяна МЕЛЬНИК (Тернопіль, Україна)

У статті проаналізовано погляди українських науковців на умови розвитку української літературної мови у 20-30 рр. ХХ століття. Розглянуто зовнішньокультурні та внутрішньокультурні чинники на формування літературних стандартів.

The article deals with the analysis of Ukrainian scientists' views on the conditions of development of Ukrainian literary language in 20-30 years of the XX century. The external and internal factors on formation of the literary standards are considered.

Мова – складне суспільно-історичне явище, на формування якого впливають як внутрішньомовні, так і зовнішні, соціальні процеси. Водночас сама мова виступає одним із важливих засобів ідентифікації нації. Так, В. Лизанчук виділяє дві функції мови в державотворчому процесі. Перша, внутрішня функція, полягає в інтеграції, консолідації етносу, народу в єдиний національно-духовний організм. Сутність зовнішньої функції мови виявляється у виокремленні держави з-поміж інших країн, в утвердженні нації серед багатомовної спільноти [6: 193]. Тому слід зазначити, що «мова – це спосіб самоідентифікації в історичному просторі, метасоціальна площина, що відображає стан генетичної інформації в людині й на рівні нації» [2]. Розвиваючись у часі й просторі, мова характеризується певними змінами, які детермінуються історією соціуму. Зважаючи на те, що кожен хронологічний проміжок відображає статус української мови у певний історичний період, важливо з'ясувати особливості розвитку мови протягом окремих етапів її функціонування та вплив різних факторів на формування її літературних стандартів.

В історії становлення української літературної мови важливе місце займає період 20-30 рр. ХХ ст., який характеризується усталенням основних літературних норм. Тому мета нашої розвідки - проаналізувати розвиток української літературної мови у цей час з урахуванням зовнішньокультурних та внутрішньокультурних чинників.

В українському мовознавстві студіювались окремі аспекти функціонування мови у першій третині ХХ століття (І. Огієнко, М. Жовтобрюх, Л. Паламарчук, Ю. Шевельов, Л. Масенко та ін.), проте немає окремого ґрунтовного спостереження, присвяченого висвітленню зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на процес усталення літературних норм цього періоду.

Порівняно з попередніми етапами, 20-30 рр. ХХ ст. були роками найбільшого розвитку української культури і української літературної мови. За час 1925-1932 років активно розвивалося українське мовознавство. В період українізації виходять праці А. Кримського, Є. Тимченка, М. Сулими, О. Курило, О. Синявського, Л. Булаховського, С. Смеречинського та ін. Поширення функцій української мови на різні сфери життя народу висунули на перший план серед ряду актуальних лінгвістичних проблем введення лексичних одиниць для номінації різних суспільних явищ та подальше їх унормування. Процес вибору слів відбувався з урахуванням різних чинників. Так, В. Чапленко звертає увагу на те, що найбільш значимими особливостями у процесі творення і розширення лексики української мови у 20-30 рр. ХХ ст. були: а) відштовхування від мови-гнобительки, тобто від російської, б) використання власних „народних” ресурсів з „висуванням своєрідного, сучасного й давнішого (архаїзми, фольклоризми)”, в) утворення неологізмів зі свого ж матеріалу і заміна