

УДК 811.161.2'373

## КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ВЖИВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

*Проаналізовано особливості вживання англomовних запозичень у сучасних засобах масової інформації. Автором опрацьовано статті сучасних періодичних видань та матеріали україномовних випусків телевізійних новин; зроблено порівняльний аналіз вживання різних видів англiцизмів; здійснено розподіл англiцизмів за лексико-семантичними групами та узагальнено функціональні характеристики англomовних запозичень у сучасних засобах масової інформації. Значну увагу приділено процесу адаптації англomовних запозичень в лексичі сучасної української мови. З'ясовано, що засвоєння новітніх англiцизмів здійснюється в межах визначених аспектів – набування ними звукових, морфологічних і семантичних рис слів мови-реципієнта. Зроблено висновок, що процес запозичення іношомовних слів неоднозначно впливає на розвиток української мови. З одного боку, відбувається її збагачення, але, з іншого боку, витісняються власні елементи, що замінюються на слова з подібним значенням.*

**Ключові слова:** запозичення, англiцизм, компаративний аналіз, лексико-семантичні групи, мова-реципієнт, глобалізація.

**Постановка проблеми.** Відзначаючи глобальні зміни в сучасному інформаційному суспільстві з безліччю можливостей засобів масової комунікації, необхідно мати на увазі, що ці зміни впливають не тільки на умови життя, але і на спосіб мислення, систему сприйняття сучасної людини та її мову.

Засоби масової інформації описують нові соціальні і культурні явища життя і «впроваджують» у мову нові поняття, нові граматичні норми в осмисленні картини світу. При цьому всі нові поняття піддаються змінам, які залежать від суб'єктивного авторського сприйняття світу. Із набуттям англійською мовою статусу глобальної активізувався процес глобалізації української мови англomовною лексикою через засоби масової інформації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботах ряду вітчизняних і зарубіжних авторів розглядаються проблеми поширення різних мовних явищ за допомогою мови преси: Л. Амїрі, Е. Кара-Мурза, Я. Романенко, а також функціонування англiцизмів у дискурсі преси: Л. Копрева, Н. Тонкова та ін. З проблеми функціонування англiцизмів в україномовному дискурсі є лише нечисленні статті українських мовознавців: О. Потебні, І. Огієнка, С. Семчинського, Ю. Жлуктенка, Б. Ажнюка, О. Чередниченка та ін. Проте, на жаль, недостатньо вивченими є особливості використання англomовних запозичень у сучасних засобах масової інформації.

**Мета статті** – порівняти вживання різних лексико-семантичних груп англiцизмів у сучасних україномовних засобах масової інформації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Оскільки в мові засобів масової інформації, насамперед у рекламних і новинних текстах, стислість і підвищена інформативність тексту має велике значення, англiцизми зайняли провідне місце в сучасних засобах масової інформації. Англiцизми, потрапляючи в нашу мову, поступово асимілюються, пристосовуються до звукової системи української мови, підкоряються правилам українського словотвору й словозміни і певною мірою втрачають риси свого неукраїнського походження.

Мова засобів масової інформації належить до публіцистичного стилю. У цьому стилі використовують усі види лексики: розмовні, книжні слова, професіоналізми, варваризми, жаргонізми та ін. У публіцистичному стилі використовують також лексику, запозичену з інших мов. У ньому нерідко можна зустріти і терміни. Поряд з експресивно забарвленою лексикою в цьому стилі використовують наукову лексику. І все розмаїття лексики публіцистичного стилю тільки сприяє посиленню впливу слів автора на читача. Характерною особливістю сучасних публіцистичних текстів є поєднання книжкової і розмовної лексики [2]. Заміщення стилів нерідко зустрічається навіть в статтях на політичні та економічні теми. Іноді журналісти не

правильно вживають стилістично забарвлену лексику, а іноді спеціально змішують стилі для посилення іронії чи інших явищ [2].

Варто погодитись із думкою О. Чередниченка, що невиправдане вживання іншомовних слів-оказіоналізмів для вираження звичайних понять і власних реалій нічого, крім здивування, викликати не може [1].

Проте, будучи провідником нових соціальних і культурних явищ життя, мас-медіа запроваджують в мову нові поняття, нові граматичні норми необхідні для осмислення картини світу. Адже серед запозичень є й такі, які необхідні живій мові для розширення її виражальних можливостей, зокрема для концептуального розмежування двох споріднених понять (пор. вбивця – *кілер*, *серійний вбивця*), стилістичного увиразнення засобів номінації (голова парламенту – розм. *спікер*, популярна пісня – розм. *хіт*), позначення елементів чужої культури та інтернаціональних реалій (*ковбой*, *віскі*, *джинси*, *кока-кола*) [1].

Виходячи з важливості функціонування англіцизмів в сучасних засобах масової інформації, ми зробили спробу дослідити тексти українських періодичних видань «Голос України», «Урядовий кур'єр», «Бізнес», «Україна business», «Україна і світ сьогодні», «Молодь України», «Прикордонник України», матеріали україномовних випусків телевізійних новин (канали УТ-1, УТ-2, 1+1, ICTV, СТБ). Тематами статей, які ми обрали для дослідження, були: політика, економіка, спорт, інформаційні технології та суспільне життя.

У сучасній пресі та телевізійних новинах ми виявили більше 200 випадків уживання англіцизмів, що увійшли в мову за останні 20-30 років.

Для зручності проведення аналізу всі знайдені в опрацьованих статтях англіцизми ми розділили на лексико-семантичні групи: 1) економіка, фінанси (*банер*, *банерна мережа*, *стартап*, *провайдер*, *бізнес*); 2) культура, розваги (*тренд*, *мікс*, *міксувати*, *кежуал*, *хіпі*, *клуб*, *дизайнер*, *шоумен*); 3) інформаційні технології (*смартфон*, *фреймворк*, *сайт*, *файл*, *фішинг*, *ІТ-фахівець*, *інтерфейс*, *флешка*); 4) спорт (*бокс*, *чемпіон*, *ринг*, *форвард*, *хавбек*); 5) суспільно-політичне життя (*імпічмент*, *парламент*, *спікер*, *прем'єр-міністр*, *саміт*, *наблік*, *іміджмейкер*, *PR-менеджер*).

Слід зазначити, що англіцизми використовуються у всіх згаданих сферах, проте найбільшу кількість ми виявили в текстах статей, що стосуються комп'ютеризації (27,2%). Це зумовлено тим, що новітні технології стрімкіше розвиваються на Заході. Там винаходять нові програми, пристрої, нам же залишається запозичувати як пристрій, так і його назву: *смартфон*, *USB-флеш-накопичувач*, *USB-кабель*.

Англомовні слова в сфері інформаційних технологій використовуються також для позначення процесів (*клікнути*) чи видів діяльності (*фішинг*, *хостінг*, *електронна комерція*). Їх функції полягають у позначенні чогось нового у галузі комп'ютеризації. Таке використання англіцизмів є виправданим. Набагато зручніше використати слово *сайт*, ніж *сукупність веб-сторінок, доступних в Інтернеті, які об'єднані змістовно і навігаційно*. Причому лаконічність викладення матеріалу в мас-медіа високо цінується. До того ж новинами даної галузі цікавляться здебільшого люди, які, в певній мірі, знайомі з наведеною лексикою, тож сприйматись вона буде без труднощів. Участь запозиченої лексеми в словотворенні в системі української мови є ознакою найбільш успішної асиміляції. Так, деякі комп'ютерні англіцизми вже встигли освоїтись у мові реципієнта. Наприклад, англійське слово *кеш* має в українській мові такі похідні, як *кеш-пам'ять*, *кешування*; слово *клік* – деривативу *клікнути*. Деяка кількість англійських слів частково оформляється за допомогою засобів української мови (*веб-сторінка*, *кеш-пам'ять*). Все ж таки, більшість комп'ютерних англіцизмів ще не в повній мірі пристосувались в українській мові (*E-commerce*, *USB-кабель*, *ІТ-спеціаліст*).

Стрімкий технічний прогрес західних країн також є причиною того, що англіцизмів даної лексико-семантичної групи в українській мові ставатиме дедалі більше. Таке поповнення лексичного запасу, в свою чергу, відображає процеси комп'ютеризації, які проходять на території нашої держави.

Друге місце за кількістю запозичень з англійської мови займає сфера культури і розваг (22,4%). Слід зауважити, що в даній групі англіцизми мають дещо іншу функцію, в порівнянні з попередньою групою, де англійські запозичення вживаються для позначення нових пристроїв,

програм чи видів діяльності, пов'язаних із розвитком інформаційних технологій. Вживання англomовних слів у сфері культури, розваг – це в значній мірі данина моді. (*шоппінг, тренд, бренд*). Яскравим прикладом є вживання престижного слова *кежуал* для позначення стилю одягу замість українського *комфортний* або *повсякденний*, вживання англomовного слова *мікс* замість питомого *поєднання*.

Значну кількість англіцизмів ми виявили і в спортивних новинах (21,8%). Проте, на відміну від галузі інформаційних технологій, де англomовні слова запозичуються мало не щодня (*інтерфейс, фрейм, фреймворк*), більшість спортивних англіцизмів була запозичена вже досить давно і не викликає непорозуміння при сприйнятті (*футбол, бокс, ринг, чемпіон*).

10,6% від всіх знайдених нами англіцизмів належать до сфери економіки, фінансів та банківських послуг. Масова частка в загальній кількості значна через те, що Україна багато в чому орієнтується на Захід, зокрема в економічній діяльності та намагається перейняти у розвинутих країн їх передовий досвід у цій галузі. Разом із досвідом запозичуються і слова: *білінг, овердрафт, смерфінг, аутрайт, лістинг* та ін.

Таким чином, новітні англіцизми складають такі тематичні групи: економіка, банківська справа і фінанси (10,6%); культура: кіно, телебачення, музика, розваги (22,4%); комп'ютерна техніка й технологія (27,2%); спорт (21,8%); політика й суспільство (18%). У всіх групах досліджуваних англіцизмів було виявлено 14 назв осіб (19,2%).

Як показали результати аналізу, в сучасних умовах основним способом запозичення англіцизмів у систему української мови є безпосереднє запозичення (близько 80%), наприклад, *банкінг, драйвер, стенд-бай, геймер, айсбордінг, кікбоксинг, фітнес, бебі-бум, саміт, фастфуд, секонд-хенд, скринінг* та ін.

Іншим способом запозичення є використання англійської мови як мови-посередниці (20%). Серед англіцизмів цієї групи можна виділити такі структурні типи:

1) слова латинського або грецького походження, запозичені спочатку в англійську, а потім з неї – в українську мову (41%): *асистанс, ірейта, триплікат*;

2) слова, штучно створені в англійській мові з латинських або грецьких елементів (6,5%): *телепроект, трансген, парамедик*;

3) слова, які виникли в англійській мові на основі грецького або латинського елемента та англійської частини (30%): *суперхіт, телебос, мультилок, інтерфейс*;

4) слова інших мов (турецької, малайської, ірландської, шведської, арабської, французької, німецької, італійської), які спочатку були запозичені в англійську, а потім через її посередництво – в українську мову (14%): *франкування, кетчуп, зомбі, омбудсмен*;

5) слова, що з'явилися в англійській мові на основі англійського компонента й запозиченого з інших (не грецької та латинської) мов (8,5%): *айс-ревью, сафарі-парк*.

У ході нашого дослідження було з'ясовано, що новітні англіцизми є досить неоднорідними за своєю будовою. Серед проаналізованих англіцизмів можна виділити такі типи лексичних запозичень:

1) повні (80%) – слова безпосередньо англійського походження: англійська мова є мовою-джерелом і до їх складу входять лише власне англійські компоненти (*рентинг, димайз-чартер, ньюс-реліз, офшор, овертайм, кліп, плеєр, сингл, хіт, скотч, бультер'єр, топ, гейт-крешер* тощо);

2) часткові (20%): гібридні слова (*ноп-зірка, інтернет-послуги*) та слова з іншомовними основами й питомими афіксами (*канцелірування, спонсорство, постерний, дилерський, силіконовий*).

За способом творення новітні англіцизми також поділяються на кілька груп. Найчисленнішу з них (близько 91%) становлять лексеми, утворені морфологічним способом: наприклад, *спонсоровати, джінсовий, леді-бос, джентльмен-шоу, бізнес-програма*; внаслідок неморфологічного словотвору – поява нового значення (близько 9%): наприклад, *тендер, драйв, вінчестер, бустер*. Завдяки семантичній деривації в сучасний період розширила свій семантичний обсяг певна частина запозичених у попередні часи англіцизмів. Додаються нові запозичені значення – і розвивається або збільшується полісемія (*тендер, інтерв'ю, лабрадор, скутер, інсайд, кросинг, фрізер*). В існуючих значеннях запозичень також відбуваються

семантичні зрушення (*менеджер, спікер, трейдер, аутсайдер, брокер, бос, афіліація*) з одночасним зростанням частотності вживання таких лексем.

Структурний аналіз дозволив виявити слова з морфемно подільними іншомовними основами (49%). У досліджуваному матеріалі були виявлені постфікси: **-ер/-ор/-ур** на позначення осіб (*кілер, хакер, дистриб'ютор, спонсор, рекетир*); **-ер** з предметним значенням (*броузер, пейджер, плотер*); **-ер** на позначення абстрактного поняття чи явища (*трилер, бартер, тендер*); **-інг/-инг/-інг** для позначення процесу або заняття (*таймінг, інжиніринг, шоуїнг*); **-ація** – зі значенням абстрактного явища чи процесу (*апостиляція, левітація*); **-(м)ент** – зі значенням абстрактного поняття (*менеджмент*).

За частиномовною приналежністю англіцизми, запозичені в українську мову в кінці ХХ – на початку ХХІ ст. у переважній більшості становлять іменники – (92%); прикметників та дієприкметників – 6%; дієслів – 1%. Ми виявили декілька випадків запозичення вигуків з англійської мови в українську: *бай!, вау!, о'кей!, супер!, унс!, хай!*, що становить близько 1% усіх досліджених нами англіцизмів.

**Висновки дослідження.** Отже, в сучасних засобах масової інформації динамічні лінгвальні процеси сприяють не тільки входженню нових англомовних запозичень у лексико-семантичну систему української мови, а й семантичним перетворенням запозичень попередніх років – уточненню, звуженню, розширенню семантики – зміні первинного значення, набуттю іншого, утворенню полісемічних номінацій. Важливими чинниками семантичних зрушень деяких англіцизмів є зміна сфери функціонування лексичних одиниць, що зумовлено частковою детермінологізацією (переважно в сфері економіки, банківської справи і фінансів, а також комп'ютерної техніки й технології) під впливом позамовних факторів. **Перспективами подальших наукових розвідок** є укладання словника найбільш вживаних англомовних запозичень.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Чередниченко О. І. Мова і культура у контексті глобалізації [Електронний ресурс] / О. І. Чередниченко // Українознавство : Електронне наукове фахове видання. – 2011. – Режим доступу : <http://www.ualogos.kiev.ua/fulltext.html?id=493>. – Заголовок з екрана.
2. Чернікова Л. Ф. Англіцизми в сучасній українській мові / Чернікова Л. Ф., Смілик Т. І. // Филологические науки. – № 9. – К., 2008. – С. 129-133.

**Багрий А. Компаративный анализ употребления англоязычных заимствований в современных средствах массовой информации.**

*В статье проанализированы особенности употребления англоязычных заимствований в современных средствах массовой информации. Автором обработаны статьи современных периодических изданий и материалы украиноязычных выпусков телевизионных новостей; сделан сравнительный анализ применения различных видов англицизмов; осуществлено распределение англицизмов на лексико-семантические группы и обобщены функциональные характеристики англоязычных заимствований в современных средствах массовой информации. Значительное внимание уделено процессу адаптации англоязычных заимствований в лексике современного украинского языка. Выяснено, что усвоение новейших англицизмов осуществляется в пределах определенных аспектов – приобретение ими звуковых, морфологических и семантических черт слов языка-реципиента. Сделан вывод, что процесс заимствования иностранных слов неоднозначно влияет на развитие украинского языка. С одной стороны, происходит ее обогащение, но, с другой стороны, вытесняются собственные элементы и меняются на слова с подобным значением.*

**Ключевые слова:** заимствование, англицизм, компаративный анализ, лексико-семантические группы, язык-реципиент, глобализация.

**Bahrii H. Comparative Analysis of the Use of the English Borrowings in the Modern Media.**

*The article analyzes the peculiarities of the English borrowings usage in the modern media. The author studied modern periodicals and materials of the Ukrainian television news; made a comparative analysis of different types of anglicisms; distributed anglicisms into lexical semantic groups and generalized functional characteristics of the English borrowings in the modern media. Considerable attention is drawn to the process of adaptation of the English borrowings in the modern Ukrainian. It has been found that the absorption of the latest anglicisms traditionally carried out within certain aspects – the acquisition of their sound, morphological and semantic characteristics of the words in the recipient language.*

*It is concluded that the process of borrowing has ambiguous effect on the development of Ukrainian. On the one hand, it enriches language, but, on the other hand, its own elements are being displaced by the words with similar meaning.*

**Key words:** *borrowing, anglicism, comparative analysis, lexical and semantic groups, the recipient language, globalization.*

**Ніна Іваницька**  
(Вінниця)

УДК: 37: 811:151.2

**РОЗШИРЕННЯ СЕМАНТИЧНОГО ОБСЯГУ ІМЕННИКОВИХ СЛОВОНАЗВ  
ПРЕДМЕТНИХ ДЕНОТАТИВ<sup>1</sup>**

*Розглянуто проблемні питання, пов'язані з поглибленим вивченням природи повнозначного слова у його проекції на денотат. Уточнено зміст понять: «семантичний обсяг іменникової словоназви предметного денотата»; «розширення семантичного обсягу іменникової словоназви предметного денотата». Подано ієрархію маркерів у системі форм розширення семантичного обсягу іменникових словоназв предметних денотатів. Показано відмінність номінативного значення іменникової словоназви предметного денотата та нашарувань оцінних номінацій у сфері розширення семантичного обсягу деяких іменникових словоназв предметних денотатів. Основну увагу приділено аналізу прикметникових словоназв атрибутивних денотатів у сфері розширення семантичного обсягу предметних денотатів. Виділено низку проблемних питань, поданих у вигляді гіпотез, пов'язаних із головною проблемою – особливостями й умовами розширення семантичного обсягу словоназв відповідних денотатів.*

**Ключові слова:** *повнозначне слово, денотат, предметний денотат, іменникова словоназва предметного денотата, семантичний обсяг іменникової словоназви предметного денотата.*

**Постановка наукової проблеми.** Іменникові словоназви предметних денотатів розглядаємо як сукупність мовних одиниць із властивою їм функцією номінування предметних денотатів. Водночас ці словоназви акумулюють досить складну наукову проблематику, що стосується повнозначного слова. Зрозуміла річ, усі іменникові словоназви номінують предметні денотати, хоча номінують по-різному. Достатньо вивченими й описаними є іменникові словоназви предметних денотатів у аспекті їхнього поділу на автосемантичні/синсемантичні. Виявлені відмінності цих словоназв у ракурсі теорії автосемантизму/синсемантизму все ж не вирішують проблеми семантичного обсягу іменникових словоназв предметних денотатів. Увага вчених була приділена дослідженню синтагматичних властивостей таких слів щодо вияву їхньої

---

<sup>1</sup> У наших попередніх публікаціях уже йшлося про результати дослідження повнозначних дієслівних та іменникових словоназв денотатів у ракурсі їхніх значеннєвих відмінностей категорії «автосемантизм/синсемантизм» [Див: Література: 5; 6; 7; 8]. Розглянуто також іменникові словоназви в аспекті вивчення їхньої номінативної природи й здатності називати денотат. Зокрема: з'ясовано зміст поняття «семантичний обсяг словоназви денотата»; встановлено ієрархію формальних вимірів семантичного обсягу іменникових словоназв предметних денотатів; доведено функціональні можливості прикметникових словоназв атрибутивних денотатів у процесах розширення семантичного обсягу іменникових словоназв предметних денотатів