

2. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В. В. Виноградов. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – 125 с.
3. Гореликова М. И., Магомедова Д. М. Лингвистический анализ художественного текста / Гореликова М. И., Д. М. Магомедова. – М.: Русский язык, 1989. – 152 с.
4. Кочан М. І. Лінгвістичний аналіз тексту: навчальний посібник. – 2-е вид., перероб і доп. – К.: Знання, 2008. – 423 с.
5. Лурия А. Р. Язык и сознание / Под ред. Е. Д. Хомской. – М.: Изд-во университета, 1979. – 320 с.
6. Пешковский А. М. Принципы и приемы стилистического анализа и оценки художественной прозы // Вопросы методики родного языка, лингвистики и стилистики. – Л., 1930. – 158 с.
7. Рожило Л. П. Загальні основи лінгвістичного аналізу художнього твору / Л. П. Рожило // Українська мова та література в школі – 1978. – №2. – С. 20-28.

УДК 811.161.2'37+811.161.2'373.611

Т. С. Майструк

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ АНГЛІЗМІВ РІЗНИХ СЕМАНТИЧНИХ ГРУП У ТЕКСТАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СТИЛЮ

Майструк Т. С. Стилiстичнi функцiї англiзмiв рiзних семантичних груп у текстах iнформацiйного стилю.

У статтi йдеться про вживання стилiстично забарвленої англiйської лексики в текстах iнформацiйного стилю, визначаються найчастотнiшi семантичнi групи узуальних англiзмiв та функцiонально-прагматичний потенцiал. Оказiональнi англiзми розглядаються як особливий рiзновид запозичень, якi характеризуються бiльшим експресивним потенцiалом, нiж узуальнi лексеми, i мають великий вплив на культуру мовлення.

Ключовi слова: iнформацiйнi тексти, узуальнi англiйськi запозичення, оказiональнi англiзми, стилiстичнi функцiї.

Майструк Т. С. Стилистические функции англизмов разных семантических групп в текстах информационного стиля.

В статье рассматривается использование стилистически окрашенной английской лексики в текстах информационного стиля, определяются наиболее часто используемые семантические группы узуальных англизмов и их функционально-прагматический потенциал. Оказиональные англизмы рассматриваются как особый вид заимствований, которые характеризуются большим экспрессивным потенциалом, чем узуальные лексемы, и имеют большое влияние на культуру речи.

Ключевые слова: информационные тексты, узуальные английские заимствования, оказиональные англизмы, стилистические функции.

Maystruk T. S. The stylistic functions of anglicisms of different semantic groups in the texts of informational style.

The article presents the using of stylistic-colored English vocabulary in the texts of informational style, the most frequent semantic groups of usual anglicisms and their functional-pragmatic potential are also determined. Okkazonal anglicisms are considered as a special type of borrowings, which are characterized by larger expressive potential than usual ones, and which have a great influence on the culture of speech.

Key words: the informational texts, usual English borrowings, okkazonal anglicisms, stylistic function.

Незважаючи на велику кількість праць, присвячених англійським запозиченням, недостатньо розкритими залишаються питання стилістичних функцій англізмів. Так, науковці намагалися дати загальну характеристику англійським запозиченням (О. Дьолог, І. Каминін, О. Зеленін), розглядали їх семантичні групи (М. Агапоненко, В. Сінгалевич, Н. Попова), доцільність використання та вплив на культуру мови (М. Каранська, Т. Зогоруйко, І. Фаріон, Т. Кияк, Г. Шаповалова). Були також спроби розглядати функціонування англізмів, однак це робилося лише з точки зору їх уживання (С. Форманова, Т. Журова, М. Кириленко), поза увагою залишалася сама специфіка функціонування, тобто роль англізмів в українській мові.

Мета нашої статті полягає в тому, щоб визначити особливості реалізації стилістичних функцій англізмів різних семантичних груп в інформаційних текстах.

Як відомо, метою текстів інформаційного стилю є інформування широких мас населення про суспільно важливі події, однак, це не значить, що такі тексти позбавлені стилістично забарвленої лексики. Більше того, стилістичне забарвлення англійських запозичень в інформаційних текстах виявляється в основному яскравіше, ніж, скажімо, у текстах публіцистичного стилю. Щоб інформація була доступною та зрозумілою адресату, у текстах інформаційного стилю, як правило, використовується загальноживана питома лексика, спеціальна термінологія, яскравість лексики різної тематики вводиться в рамки окремих жанрів, тому більшість англізмів, представлених у цих текстах, має яскраво виражений експресивний потенціал.

Крім того, основна функція англізмів в інформаційних текстах – оцінна. Більшості англізмів притаманна оцінна конотація, яка передає узуально-закріплене негативне ставлення до денотата. В основному це англійські запозичення семантичної групи „Культура”, які побутують у текстах суспільної тематики. Наприклад: *Сьогодні о 19.00 в Національному палаці „Україна” відбудеться концерт італійської поп-групи „Матіа Базар”. Ціна квитків – від 70 до 500 гривень. Навіть у 70-х роках, коли радянська молодь мліла від любові до солодкої італійської **понци** (і не була винятком у цьому сенсі в Європі), „Матіа Базар” виділялася на загальному*

тлі „італійщини” вокальною вишуканістю, складністю мелодій та аранжувань своїх пісень („Україна молода”, № 239, 22.12.06). Так, спочатку запозичилося англійське слово *pop* (скорочено від англ. *pop(ular)* – народний, популярний; загальнодоступний) на позначення першої частини складних слів, що означає „масовий”, „популярний”. Пізніше воно набуло українських афіксів і вживається зі зниженим значенням, адже *popса* – це знижене позначення проявів масової культури [2, 438]; виконує оцінну функцію – передає негативне ставлення до висловлюваного.

Наступний англізм має експресивну конотацію: *Справжній „екшн” розігрався близько третьої ночі на одній із зупинок громадського транспорту в Дарницькому районі Києва. Як повідомили «УМ» у Центрі громадських зв’язків столичної міліції, саме в цей час до Дарницького райуправління міліції надійшло повідомлення про автоматні черги, які порушили нічну тишу* („Україна молода”, № 188, 8.10.08). Так, англізм *екшн* (англ. *action* – бурхлива діяльність; бойові дії), що належить до семантичної групи „Культура”, тлумачиться як жанри сучасних пригодницьких літератури й кіно; творам цього типу властиві гострота сюжету, швидка зміна дій і становищ, у яких опиняються герої [7, 259]. У зазначеному прикладі *екшен* означає стрілянину. Ознакою, на основі якої виникла співвіднесеність цих понять, є динамічність. Крім того, цей англізм виконує не лише експресивну, але й оцінну функцію, адже передає негативне ставлення автора до описуваних подій.

Велика кількість англійських запозичень уживається також у текстах політичного спрямування. З метою змалювання негативного ставлення автора до політичних осіб використовується такий стилістичний прийом, як іронія, до того ж іронія відкрита, адже сам оповідач акцентує на цьому увагу: *Відпрацювавши своє в гарячі днини виборів у жанрі „чорного гумору” під гаслом: ми кепкуємо з усіх кандидатів, крім головного – оскільки він не кандидат, він чинний Президент – Кирило тепер перейшов до легшої вагової категорії – чорної іронії. Щоправда, і для іронії у стилі „лайт”, як і раніше, залишається „персоною нон грата” та ж головна фігура нашої політики* („День”, № 111, 23.06.00). Так, англізм *лайт* (англ. *light*) перекладається як легкий, незначний, легковажний [1, 196], у зазначеному прикладі йдеться про легку іронію, з якою автор ставиться до політичного діяча.

Дуже часто в інформаційних текстах суспільно-політичної тематики вживаються англізми, які є виразниками їдкої іронії, тобто іронія в інформаційних текстах часто переростає в сарказм. Такі англізми спрямовані на викриття несправедливості, жорстокості політичних діячів та суспільних явищ. Наприклад: *Після того, як Палестинські бойовики в січні цього року продемонстрували свої здібності з прориву кордону й організації в сусідньому Єгипті безконтрольного „шопіngu”, Каїр спрямував зусилля на послаблення блокади анклаву* („Дзеркало тижня”,

№ 20, 26.05–1.06.01). Англiзм *шопiнг* означає вiдвiдування магазину чи магазинiв з метою купiвлi чого-небудь; процес купiвлi, закупiвлi товарiв [2, 614]. Очевидно, що сам англiзм не має негативної конотацiї, однак йому присвоюється негативне забарвлення, адже пiд словом *шопiнг* у поданому прикладi розумiється пограбування. Цей англiзм виконує оцiнну функцiю, адже передає рiзке негативне ставлення автора до суспiльних подiй, а також є засобом експресiї, оскiльки питома лексема не змогла б надати висловлюванню такої образностi та яскравостi.

Инодi засобом сарказму виступають англiзми, якi мають негативну конотацiю. Наприклад: *19 вересня у примiщення Баранинцiвської сiльської ради увiрвалася група людей у супроводi працiвникiв Ужгородського райвiддiлу мiлицiї та пiдроздiлу Державної виконавчої служби Головного управлiння юстицiї в Закарпатській областi. Непроханi гостi виламали дверi кiлькох кабiнетiв, захопили документи... Близько 19-ї години рейдери (а iнакше їх назвати важко) вигнали працiвникiв сiльради на вулицю, примiщення замкнули своїм замком („Сiльські вiстi”, № 121, 14.10.08). Так, рейдер (вiд англ. raider – нападник) у „Сучасному словнику iншомовних слiв” за 2006 рiк (уклад. Скопненко О., Цимбалюк Т.) тлумачиться як вiйськовий корабель (крейсер, лiнкор) або озброєне торговельне судно, що проводить самостiйнi бойовi дiї на морських комунiкацiях [7, 587], проте в iншому словнику iншомовних слiв за 2008 рiк (уклад. Данилюк I.), окрiм вищезазначеного, подається наступне визначення англiзма *рейдер* – це особа, агент, який здiйснює фактичну купiвлю (захоплення) пiдприємства всупереч бажанню його власникiв на користь зацiкавлених осiб, якi його найняли [8, 424]. Отже, дослiджуваний англiзм є неологiзмом, адже вiдбулося переосмислення його значення. Як у попереднiх двох прикладах, вiн виконує експресивну та оцiнну функцiї – рiзка критика, саркастичне ставлення до описуваних осiб, їх засудження. Обурення та сарказм пiдсилюються уточненням, яке подається поряд у дужках.*

Трапляються також поодинокi випадки вживання в iнформацiйних текстах суспiльної тематики розмовних англiзмiв. Наприклад: *До речi, доблеснi українські „копи”, коли їх викликали на мiсце подiї побитi жiнки, як завжди, стояли осторонь i не втручалися в процес побиття – мабуть, тихо сподiваючись, що бандюки зрештою впорайуться з людьми самотужки („Народне слово”, вип. за 22.10.08). Так, *коп*, що значить „полiцай” [1, 78], є розмовною лексемою, небажаною в текстах iнформацiйного стилю, однак його вживання можна виправдати, якщо воно виконує стилiстичнi функцiї (див. наведений приклад). Спочатку цей англiзм увiйшов в українську мову як екзотизм, потiм набув негативного стилiстичного забарвлення, характеризуючи полiцейських у негативному планi. Як i аналізованi вище англiйські запозичення, слово *коп* є експресивним та передає високий рiвень автора у володiннi культурою*

мовлення, адже він зумів влучно використати небажаний англiзм, який в iншому контекстi мiг стати виявом неосвiченостi. Це є доказом свiдомого використання автором цiєї лексеми.

Не менш важливими в текстах суспiльно-полiтичної тематики є також англiзми-метафори, якi, окрiм оцiнної, виконують ще дескриптивну функцiю. Метафорами стають тi англiйськi запозичення, якi переносяться у сферу полiтики з iнших сфер дiяльностi. До таких англiзмiв слiд вiднести iнтернацiональнi лексеми спортивної тематики (*старт, тайм, матч, реферi, пiнг-понг*). Наприклад: – *Як ви гадаєте, чи змiниться пiсля виборiв ставлення Росiї до пострадянських республiк? – На жаль, нi. Тi, хто перебував у фарватерi Росiї, там i залишаться. До бiльш незалежних України, Грузiї та Молдови ставлення залишиться тим самим. Цi краiни перебувають у так званому чорному списку Кремля. Але поки зiграно лише перший **тайм**. **Матч** завершиться в березнi, коли вiдбудуться президентськi вибори* („День”, № 211, 4.12.07); *Мiнфiн запевняє: у державному бюджетi на 2007 рiк на виплату допомоги при народженнi дитини враховано 3,9 мiльярда гривень, що на 400 мiльйонiв гривень бiльше, нiж у поточному роцi. Насправдi останнiми днями в iнформацiйному просторi України вiдбувається справжнiй економiчно-полiтичний **пiнг-понг**: урядовцi „видають” свої намирi на-гора, а пiсля хвилi критики на свою адресу починають спростовувати свої ж повiдомлення* („Украiна молода”, № 172, 20.09.06).

Окрiм метафори, у наведених прикладах використано ще такий стилiстичний прийом, як iронiя, адже *пiнг-понг* – це назва спортивної гри, *тайм* та *матч* – складовi спортивної гри, тобто принцип спортивної гри переноситься в полiтику. У результатi цього нейтральнi iнтернацiональнi англiзованi лексеми набувають стилiстичного забарвлення, вони виражають iронiчне ставлення автора до висловлюваного. Крiм того, цi англiзми виконують ще експресивну функцiю, адже вони надають висловлюванню образностi та незвичностi. Уживання iнтернацiональних англiзмiв семантичної групи „Спорт” у текстах полiтичної тематики є досить поширеним явищем, однак не випадковим. З цього приводу А. Коваль зазначає, що серед мiжстильових засобiв української мови особливої уваги заслуговують iншомовнi iнтернацiоналiзми, адже „наявнiсть їх у кількох неспорiднених мовах створює можливiсть – у разi потреби – передавати певнi додатковi семантико-стилістичнi нюанси” [5, 61]. Цими нюансами є те, що автори iнформацiйних текстiв у такий спiсiб порiвнюють полiтику з грою, дають негативну характеристику полiтичним подiям та особам.

Окрiм загальнономовних (узуальних) англiзмiв, у текстах iнформацiйного стилю є певна кiлькiсть iндивiдуально-авторських (оказiональних) англiйських запозичень. Оказiональнi англiзми є досить специфiчним явищем з погляду стилiстики, адже вони мають бiльший

експресивний потенціал, ніж узуальні лексеми, а також „породжують безліч асоціацій у зв'язку з актуалізацією периферійних сем, що значно розширює семантику лексичної одиниці, вводить її у стихію нових значень” [3, 17]. Оказіональні англізми характеризуються новизною, незвичністю, несподіваністю поєднання з іншими лексемами, вони ілюструють виключно суб'єктивне світобачення і світосприйняття автора, отже, виконують характерологічну функцію. Слушну думку висловлює Н. Бойко про те, що стилістичне значення неологізмів-оказіоналізмів „ґрунтується не лише на емотивному та оцінному компонентах значення, а й на таких додаткових ознаках, як специфічність і ненормативність, функціональна обмеженість, зв'язок з контекстом. Через призму цих ознак сприймаються найтонші нюанси оказіоналізмів” [3, 16].

В інформаційних текстах створено сприятливі умови для виникнення оказіональних англізмів, оскільки „мова газетного стилю швидко реагує на процеси суспільного життя, а багатство її внутрішніх ресурсів дозволяє словесно відобразити широку гаму відтінків значення нових реалій позамовного світу” [6, 88]. Оказіональні англійські запозичення є дуже яскравими, експресивними і, як правило, виконують декілька стилістичних функцій. Наприклад: *Зникли і їдальні громадського харчування: у проданих приміщеннях — кафе-бари та ресторани. Отож тут зникли й ці назви. Тепер маємо буйне засилля „біг-мордів” з рекламою алкоголю. Тут — на всіх „языках”. Повний інтернаціонал. Всюди — латиниця, калькування з англійської, французької, іспанської — мірою володіння ними художниками-графописцями* („Українське слово”, № 32, 10-16.08.05). Особливістю оказіональної лексеми *біг-морда* є те, що її стилістичні функції слід розглядати на рівні словотвору, адже спочатку вона ввійшла в українську мову як словосполучення *біг-борд* (від англ. *big board* – дошка для рекламних оголошень). На основі дериваційних процесів від твірної основи *біг* утворилося нове слово, яке засвідчує незвичне поєднання нейтрального англізму та питомої лексеми, що належить до просторічної лексики і має негативну оцінну конотацію. Таке поєднання яскраво ілюструє іронічне ставлення мовця до висловлюваного. Однак стилістичне забарвлення цього оказіонального запозичення не обмежується лише іронією. Той факт, що автор перетворив стилістично нейтральну лексему *біг-борд* на згрубіле просторіччя *біг-морда*, дозволяє простежити емоції автора – роздратованість та пригнічення. Інша мета досліджуваного англізму – створити переконливий образ зображуваного предмета, дати йому негативну характеристику. Отже, оказіоналізм *біг-морда* виконує оцінну, емотивну, характерологічну та експресивну функції.

Англізми не завжди є позитивним явищем в українській мові. Це стосується тих випадків, коли в мові-реципієнті наявний питомий відповідник, але журналісти наполегливо користуються англомовною лексикою. На думку Г. Шаповалової, яку ми поділяємо, до використання

англізмів журналістам варто підходити досить помірковано й виважено, адже зловживання такими словами засмічує мову, позбавляє її самобутності й природності [9, 124]. Наприклад: *Паралельно Дуглас-джуніор* „набивав руку”, знявшись у кількох не надто відомих широкоекранних стрічках („Україна молода”, № 174, 22.09.06). Так, *джуніор* (англ. *junior*) в перекладі з англійської означає „молодший” [1, 187]. Можливо, автор намагався в такий спосіб якомога більше наблизити українського читача до англійської реальності, однак досліджуваний англізм, на наш погляд, ускладнює розуміння тексту, він є недоречним, значить, порушує норми культури мови. Ми підтримуємо думку І. Голуб про те, що використання неологізмів у мовленні викликає великі труднощі, оскільки лексична, граматична, синтаксична і стилістична характеристики багатьох нових слів ще не визначилися. Звернення до оказіональних неологізмів завжди повинно бути стилістично мотивованим [4, 99].

Отже, в інформаційних текстах суспільно-політичної тематики узуальні англійські запозичення виконують переважно оцінну функцію. До них належать англізми семантичної групи „Культура”, „Економіка та фінанси” і „Суспільство”. Крім того, у політичних текстах деякі з цих англізмів дають негативну, викривальну характеристику політичним явищам та особам. Ця мета досягається шляхом використання такого стилістичного прийому, як іронія.

Велике значення для текстів інформаційного стилю мають оказіональні англізми. Вони виконують декілька функцій (оцінну, емотивну, експресивну, характерологічну), які накладаються одна на одну, відтак оказіональні неологічні англізми мають більший стилістичний потенціал, ніж узуальні лексеми.

Уживання оказіональних англізмів не завжди є мотивованим у текстах інформаційного стилю. Значення деяких із них є незрозумілим читачеві, вони порушують норми культури мови. Велика їх кількість може стати причиною втрати самобутності української мови.

Література

1. *Англо-український, українсько-англійський словник* [уклад. Н. М. Биховець, І. І. Борисенко, Г. О. Герасименко та ін.] / За ред. Ю. О. Жлуктечка. – К.: ВЦ „Академія”, 1997. – 696 с.
2. *Бабик С. П., Сютя Г. М.* Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / [ред. С. Я. Єрмоленко]. – Харків : Фоліо, 2006. – 623 с.
3. *Бойко Н. І.* Типи лексичної експресивності в українській літературній мові / Н. І. Бойко // *Мовознавство*. – 2002. – №2-3. – С. 10-21.
4. *Голуб І. Б.* Стилистика русского языка: Учеб. пособие для студ. вузов. – 3-е изд. – М.: Айрис-Пресс, 2002. – 448 с.
5. *Коваль А. П.* Практична стилістика сучасної української мови. – 2-е вид. – К.: Вища школа, 1978 – 375 с.

6. Коць Т. А. Функціонування синонімів у газетно-інформаційному стилі (на матеріалі газет 90-х років ХХ ст.) / Т. А. Коць // Мовознавство. – 2001. – № 4. – С. 88-95.
7. Сучасний словник іншомовних слів : Близько 20 тис. слів і словосполучень / [уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. – К.: Довіра, 2006. – 789 с. – (Словники України).
8. Сучасний словник іншомовних слів для середньої і вищої школи: Близько 20000 слів [уклад. І. Г. Данилюк]. – Донецьк: Бао, 2008. – 576 с.
9. Шаповалова Г. Джерела сучасної неологічної лексики іншомовного походження та доцільність її використання / Г. Шаповалова // Вісник Львівського університету. Серія „Журналістика”. – Львів, 2003. – Вип. 23. – С. 121-125.

УДК 81`242 + 81`272

Н. М. Малюга

СУСПІЛЬНІ МОВНІ ПРОЦЕСИ В РЕТРОСПЕКЦІЇ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Малюга Н. М. Суспільні мовні процеси в ретроспекції через призму української літератури.

У статті йдеться про вплив письменників сучасної доби на суспільні мовні процеси. У художніх творах автор досліджує шляхи розв'язання проблем мовного самоусвідомлення, взаємодії особистості з поліетнічним середовищем. Проаналізовано два основні типи громадянсько-етнічної ідентичності, що набувають вираження у формі психоідеологічного тяжіння до україно- або російськомовного дискурсу.

Ключові слова: рідна мова, українська література, мовне самоусвідомлення, суспільна мовна свідомість, ідентичність.

Малюга Н. Н. Общественные языковые процессы в ретроспекции сквозь призму украинской литературы.

В статье речь идет о влиянии писателей современного периода на общественные языковые процессы. В художественных произведениях автор исследует пути решения проблем языкового самосознания, взаимодействия личности с полиэтнической средой. Проанализированы два основных типа гражданско-этнической идентичности, которые выражаются в форме психоидеологического тяготения к украино- или русскоязычному дискурсу.

Ключевые слова: родной язык, украинская литература, языковое самосознание, общественное языковое сознание, идентичность.

Malyuga N. M. Social language processes in the rethrospection through a prism of the Ukrainian literature.