

ІМ. Козлова – лауреат Міжнародного конкурсу російськомовної поезії «Глагол» (Москва, 1992 р.), Міжнародного фестивалю авторської пісні «Булат - 2003», їй присуджено перше місце у номінації «Поезія», а не поетичному фестивалі «Вогонь душі. Весна - 2003» поетеса здобула перемогу у номінації «Поетична зрілість».

Вона є автором багатьох поетичних збірок.

Її поезія ніжна й різнобарвна, наскрізь пронизана любов'ю.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІСНУВАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В УКРАЇНСЬКІЙ

Викладач Романченко Т.В., студ. Ракігін А., Томко А., ПТК ЮмДУ

Україномовна періодика, радіо, телебачення подають велику кількість запозичень з англійської мови.

У даній статті зроблено спробу дати загальну характеристику найрізноманітніших запозичень з англійської мови, які з'явилися в українському мовленні протягом останнього періоду.

Запозичення з англійської мови зустрічаються у найрізноманітніших тематичних групах: економіка, банківська справа, фінанси, кіно, телебачення, музика, розваги, комп'ютерна техніка та технологія, спорт, побутова техніка, сервіс, політика, страви та напої, тварини, медицина, одяг, тканини, канцелярське приладдя, офісна техніка, назви осіб. Історики та мовознавці виділяють чотири періоди контактів між Україною та англо-мовними країнами... Інтенсивність використання англійських запозичень в останнє десятиліття значно зросла. Це пов'язано з факторами, які з'явилися останнім часом: зміна суспільних та виробничих відносин, зняття обмежень на контакти з іншими країнами та людьми, гласність і відкритість преси. У зв'язку з цим не тільки збільшилася частотність уживання раніше відомих запозичень, але з'явилось і багато нових. Чимало запозичень належить до тематичної групи "комп'ютерна техніка і технологія". Це можна пояснити також запозиченнями реалій у позамовній сфері – у галузі комп'ютерної техніки, інформатики й інформаційних технологій, всесвітньої мережі Інтернет тощо. Це відбувається у зв'язку з відсутністю більшості відповідників в українській мові (сервер, дискета, сайт, ноутбук, тонер, трафік, Інтернет, чип, онлайн, джойстик, хакер, провайдер, веб-сайт тощо). У сфері спорт, нові слова й терміни з'являються постійно. За останні 2 - 3 роки з'явилися такі спортивні терміни, як *армреслінг*, *боулінг* та інші. Використання цих запозичень

виправдане, бо вони, з одного боку, називають нові спортивні явища, яким немає однослівного найменування в українській мові, а з другого, – включають українську спортивну термінологію в міжнародну систему. У сфері музики і культури останнім часом теж з'явилося чимало нових запозичень, що активно використовуються у пресі і на телеекрані, наприклад, замість словосполучення "ведучий дискотеки" – *ді-джей*. Даниною моді можна вважати і такі нові запозичення, як *бутик*, *бренд*, *девайс* (вгадка), *біг-мак*, *хот-дог*, *гамбургер* (різновид бутерброда), *шопінг* (прогулянка по магазинах), *шоп*. Без них цілком можна й обійтися.

Назви побутової техніки, товарів і сервісу також розширили свій склад у мові, завдяки новітнім запозиченням. Це є номінативним відбиттям запозичення нових реалій побутової сфери, кількість яких значно збільшилася за рахунок входження у повсякденне життя товарів і послуг з американської (або іншої закордонної) дійсності, що раніше були невідомими в нашому житті або вважалися екзотичними (блендер, грумінг, тримінг, ліпосакція, пейджер, пілінг-крем, скраб, хендлер, шокер тощо). Достатньо численною тематичною групою є група політичної лексики (саміт, піар, паблік рилейшнз, віп, віп-місця, імідж, іміджмейкер, бодигард, дайджест, рейтинг, спічрайтер, кілер, стингер, джет-сет, екзит-пол, грин-кард тощо). З часом, тобто на початку ХХІ століття, процес запозичення з англійської в Україні не слабшає, а посилюється, що, з одного боку, збагачує лексику, а з іншого – у ряді випадків негативно впливає на самобутність рідної мови. Не можна не сказати про часто вживані англіцизми, що відбивають мовний снобізм, а не необхідність, наприклад: *о-кей*, *хело*, *вау*, *уїк-енд* і особливо численні англійські найменування фірм, організацій, магазинів, речей. Немає ніякої необхідності застосовувати слово *тінейджер* замість *підліток*, *бос* замість *начальник*, бо в таких випадках іншомовне слово конкурує з власне українським. Особливо тяжіння до моди виявляється у рекламі. На кожному кроці трапляється реклама, яка не містить для більшості людей ніякої інформації, і не тільки тому, що в ній використано латинський алфавіт, а й тому, що в назвах фірм, компаній, магазинів переважають будь-які іноземні, але тільки не українські слова. Лише окремі слова із подібних послуг із числа проаналізованих відомі українським мовцям, такі як, назви фотопослуг, кафе швидкого обслуговування, магазинів одягу, що був у вжитку, копіювальних послуг тощо, наприклад: *ксерокс*, *фаст-фуд*. Усі інші назви невідомі, особливо коли запозичені слова представлені на вивісках, написаних кирилицею: *Аверс*, *Кемел*, *Вест*, *Спайк*, *Елтекс*. Причина використання в українській мові запозичень –

прагнення до інтернаціоналізації лексики в політиці, науці, публіцистиці; необхідність у номінації нових предметів і явищ; економність вираження поняття одним словом, а не словосполученням; прагнення до експресивності; наслідування більш успішних в економіці, спорті й інших сферах країн. Більшість новітніх запозичень з англійської мови називають нові явища в різних сферах життя, тобто запозичення номінації відбувається паралельно із появою нового детоната, який ним позначається (екстрим, шейпінг, бодибілдінг, памперси, секонд-хенд, пейджер, шейкер, блендер, караоке, віччестер, модем, факс, флеш-диск, спонсор, імідж-мейкер тощо).

Таким чином, в українській мові кінця ХХ – початку ХХІ ст. відбуваються закономірні лексико-семантичні процеси, у зв'язку з появою нових англомовних запозичень. Англійські лексичні запозичення, наявні в сучасній українській мові, можна поділити на кілька груп. До першої групи належать давно запозичені слова англійського походження, які органічно ввійшли в українську мову і тяжіють до центру української лексичної системи поряд з українськими. Наприклад: *бекон, біфштекс, бутерброд, комфорт, лайнер, парк, пудинг, фарватер, гандбол, гол, танк, трамвай, тролейбус, спорт, старт, фініш, футбол, хуліган, банан, бісквіт, вітамін, вино, гараж, кіоск, фактор, шорти, шоколад* та інші. Такі слова часто у словники іншомовних слів уже не включаються. До другої групи можна віднести слова, відомі в українській мові, але розташовані на периферії української лексичної системи, наприклад: *окей, хело, уїк-енд, спіч, ланч, вестерн, хепі-енд* та інші. Такі слова з огляду на їх специфіку включаються в словники іншомовних слів і виконують не номінативну, а експресивну функцію. Третя група – це слова вже давно запозичені, але в силу позамовних причин – раніше маловживані й тому маловідомі. У наш час вони входять до активного складу лексичної системи, наприклад: *брокер, шоу, істеблішмент, лобізм, менеджмент, імпичмент* тощо. До четвертої групи відносимо нові слова, що входять до вжитку (особливо через засоби масової інформації) за останні 10–15 років. Цілком природно, що їх немає в словниках іншомовних слів. Приклади: *грумінг, кайф, піар, маркетинг, шопінг, чінси, профіцит* і багато інших. У зв'язку із сказаним вище можна відзначити, що запозичені з англійської мови слова становлять в українській мові динамічний шар лексичного складу, що пов'язано з суспільно-економічними процесами в Україні.