

## ТЕНДЕНЦІЇ НОВІТНЬОГО ЗАПОЗИЧЕННЯ Й АДАПТАЦІЇ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

*Анотація.* У даній статті досліджуються проблеми запозичень у сучасній українській лексиці. Процес адаптації лексичних запозичень проаналізовано у мові засобів масової інформації. Досліджено основні закономірності адаптації нових лексичних запозичень у мові-реципієнті. Визначається роль англіцизмів у сучасній українській мові. Простежуються процеси виникнення та подальшого їхнього використання.

**Ключові слова:** інновація, запозичення, англіцизм, адаптація, засоби масової інформації, екстралінгвістичні чинники, лінгвістичні чинники.

*Doloh Olga*

*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,*

*Kharkiv, Ukraine*

## TENDENCIES OF THE NEW BORROWINGS AND ADAPTATION OF ANGLICISMS IN THE MODERN UKRAINIAN LANGUAGE

*Abstraction.* In this article the problems of borrowing are probed in the modern Ukrainian terminology vocabulary. The article deals with the process of adaptation of lexical borrowings in mass media. The peculiarities of adaptation of new words in language-recipient are investigated. The role of Anglicisms is determined in modern Ukrainian language. The processes of included in the language of foreign vocabulary and feature of its use are examined.

**Key words:** innovations, borrowing, Anglicism, adaptation, mass media, extralinguistic factors, linguistic factors .

Процес неологізації української мови є одним із актуальних питань сучасного мовознавства. У дослідженнях останніх років, що присвячені сучасному стану розвитку мови, послідовно відмічається «неологічний вибух»,

викликаний прискоренням темпів життя, зростанням соціальної активності мас, глобалізацією суспільства.

Історія дослідження неологізмів в українській мові є тривалою. Нові слова вивчалися з точки зору словотвору, соціолінгвістики, лексикології, лексикографії. Проте жоден період розвитку мови не мав такого численного збільшення інновацій, як сьогоднішній.

Суспільство початку ХХІ століття відрізняється суттєвими соціальними, економічними та культурними змінами. У часи великих політичних та економічних зрушень, до яких належать сучасні перетворення в Україні, відбуваються інтенсивні зміни в усіх сферах нашого життя, які здійснили істотний вплив на еволюцію сучасної мовної ситуації. Лексика, лексичний фонд мови, як складова частина мовної системи, істотно відрізняється від інших сторін мови (фонетичного устрою, морфології, синтаксису) і знаходиться в процесі постійного руху, розвитку і вдосконалення. Саме тому в лексиці відбиваються зміни розвитку сучасного соціуму. Одним із найбільш активних, відчутних і соціально значущих мовних аспектів виявився процес запозичення іншомовних слів.

Завдяки інтенсивній розбудові мови на всіх її рівнях нові явища стали предметом пильної уваги мовознавців (Я. Битківська, Л. Кислюк, Н. Клименко, Н. Попова, В. Симонок, О. Стишов тощо).

З появою соціолінгвістичних досліджень у мовознавстві кінця ХХ-початку ХХІ століття основними чинниками запозичення прийнято вважати причини нелінгвістичного характеру. Важливе значення екстралінгвістичних причин і їхню провідну роль у процесі лексичного запозичення підкреслюють А. Брагіна, В. Журавльов, Л. Крисін і багато інших лінгвістів. Дослідники звертають увагу на соціально-політичну ситуацію в країні, розвиток громадських і міжнародних відносин та умов життя людини, моральної спрямованості суспільства, досягнення суспільства в різних сферах, які відображаються в мовній ситуації у вигляді запозичень, неологізмів, що відповідають новій суспільній проблемі соціуму.

Відомо, що одним із елементів сучасного життя, який активно реагує на сучасні процеси, віддзеркалює їх і сприяє проникненню в мову лексичних запозичень, є засоби масової інформації. К. Городенська зауважує, що запозичення-англіцизми дуже часто використовуються у мові ЗМІ, які «пропагують моду на активне вживання англомовних слів». [1, с.4]

Отже, враховуючи зазначене положення, вважаємо, що саме мова ЗМІ відіграє найбільшу роль у розвитку мовної структури. Вона, передусім, реагує на новації, які супроводжують прогрес, і, відповідно, найбільш чітко відображає всі зміни лексичного складу мови а багатство її внутрішніх ресурсів дозволяє відобразити велику гаму відтінків значень нових слів у різних контекстах. У результаті нові лексеми закріплюються у мовній свідомості значної кількості реципієнтів і з часом входять до їхнього активного словникового складу. [1, с.7]

Вивчення лексичного складу української мови початку ХХІ століття дозволяє стверджувати, що словниковий корпус інтенсивно поповнюється лексичними запозиченнями, які широко представлені у всіх сферах суспільного життя (політичній, фінансовій, у сфері підприємницької діяльності, технічній, побутовій тощо). Відомо, що найчастіше новітні запозичення виникають для називання нових предметів, реалій, явищ дійсності. Сучасний аспект розгляду даного питання має на увазі дві основні тенденції (причини) виникнення запозичених слів: з одного боку, це соціально-політичні та культурні зміни в житті країни, з іншого – модна тенденція щодо вживання англійських слів (у даному випадку мова йде не лише на називання технічних нововведень, але й активне вживання англіцизмів і в побутовому мовленні). Отже, основним способом виникнення неологізмів сьогодні є запозичення, перш за все, з англійської мови.

Використання англійської як мови-донора зумовлено важливою роллю англомовних країн на світовій геополітичній арені. Перш за все, це пояснюється впливом англомовних країн (насамперед США) на суспільне, політичне і культурне життя світу.

Можна зазначити, що запозичення нових слів – процес, зумовлений наявністю певних причин, найчастіше – екстралінгвістичних. Динаміка суспільно-політичної ситуації в Україні на початку ХХІ століття стала причиною виникнення багатьох нових і актуалізації вже відомих для мовної свідомості суспільно-політичних реалій. Важливою особливістю осмислення нових слів є той факт, що вони сприймаються саме як нові, але семантика нових слів часто ще не є зрозумілою для більшості носіїв мови і вимагає пояснень.

Сучасний період розвитку української мови характеризується досить толерантним ставленням до запозичення нових слів у силу політичних, економічних, культурних умов. Потреба в номінації нових понять та явищ дійсності, відсутність в українській мові власних найменувань, а також мода на англійську лексику призвели до численних прямих запозичень з англійської мови. До речі, цьому сприяють і базові тенденції мовного розвитку – прагнення до мовної економії та експресивності (вони обумовили заміну англійськими запозиченнями відповідних, часто описових, українських найменувань).

Незважаючи на уявну простоту терміна «неологізм», тлумачення його поняття неоднозначне. Складність визначення лексичних інновацій, їхня класифікація обумовлені неоднозначністю параметрів, що характеризують нову лексику. Оскільки неологізм – хронологічно марковане поняття, то основним критерієм визначення неологізма є час. [2, с.15]

Традиційно неологізми в мовознавстві розглядаються як нові лексичні утворення, котрі виникають внаслідок суспільної потреби для найменування нового предмета або явища, зберігають відчуття новизни та ще не ввійшли до загальнолітературного вживання. Враховуючи реалії сьогоденної мовної і ментальної ситуації, варто звернути увагу на два питання: по-перше, питання про суспільну необхідність новітніх англіцизмів; по-друге, питання про входження новітніх англіцизмів в загальнолітературне вживання. На сьогодні питання мовної необхідності не є тим шлюзом, який «впускає» чи «не пускає» нові слова в сучасну українську мову. Мовна необхідність на сучасному етапі розвитку мови пов'язана з мовною модою.

Масове входження англійської лексики в сучасну українську мову пов'язано з інтернаціоналізацією (американізацією) нашого життя, яке відкрите будь-якій мові, будь-якій культурі. Сьогодні практично в кожній мові присутні англіцизми. Це закономірне і зрозуміле явище в епоху інтернетизації життєвого простору. Проте численне використання англіцизмів в українському мовленні не завжди викликано відсутністю власного відповідника. І таке явище поступово призводить до втрати власного українського відповідника.

Варто відзначити і спосіб входження іноземного слова в українську мову. Звичайно, нова іноземна лексема граматично пристосовувалась до українського слововживання. На сьогодні все частіше зустрічається вживання англійського слова в латинській графіці (*Wi-Fi, on line, off line, Internet, PR-отдел, PR-менеджер, happy end, fashion-індустрія, Facebook, Twitter*).

Можна поставитися до подібних вкраплень у сучасну українську мову лише як до поодиноких нетранслітерованих варваризмів. Проте, якщо звернутися до засобів масової інформації, то можна помітити, що наведені англіцизми вживаються дуже активно.

Кожна епоха має свою тематичну специфіку неологізмів. Сьогодні більшість запозичених неолексем – це термінологія сфери інформаційних технологій, економіки, бізнесу, суспільно-політична лексика, лексика спорту і шоу-бізнесу, слова, що позначають певну сферу діяльності. [3, с.21]

Серед запозичених англіцизмів, що стосуються галузі інформаційних технологій, знаходимо: *контент, клік, лайк, пост, акаунт, девайс, чекін*.

Численною є група слів, що означає сферу діяльності: *провайдер, ритейлер, руфер, воркаутер, фрилансер, хедлайнер, девелопер, мерчандайзер, краудорсинг, пітчинг, дауншифтинг*.

Останнім часом активно поповнюється лексична група «спорт»: *стайкбол, сноубайк, сноутюбінг, джампер, бейсджампер*.

Новітні англіцизми, які активно представлені в засобах масової інформації, можна доповнити ще і такими тематичними групами:

- слова політичного дискурсу: *спікер, політичний маркетинг, інавгурація, сепаратизм, сепаратист, імпічмент*;
- терміни права: *легітимація, легітимний, вотум, плебісцит, прайвезі, грін-кард*;
- економічні терміни: *бренд, дилер, інвестиція, холдинг, моніторинг*.

Серед сучасних неологізмів переважають слова-композиції. Найбільш частотними для творення нових слів є елементи *інтернет-, онлайн-, ІТ-*.

Наприклад:

- *інтернет-компанія, інтернет-трафік, інтернет-мем, інтернет-банк, інтернет-банкінг*;
- *онлайн-сервіс, онлайн-бізнес, онлайн-контруктор, онлайн-консультація, онлайн-конференція, онлайн-продаж, онлайн-магазин, онлайн-урок, онлайн-рахунок*;
- *ІТ-компанія, ІТ-підприємець, ІТ-бізнес, ІТ-трафік, ІТ-технології, ІТ-розробки*.

Цікавим вважається той факт, що не так давно слова *Інтернет* і *он-лайн* використовувалися в українських текстах в латинській графіці (*Internet, on line*). Сьогодні такі варіанти зустрічаються дуже рідко. А англійське слово *on line* передається *онлайн, он-лайн, он лайн*. Проте антонім слова *on line - off line* зустрічається набагато рідше і практично не передається кирилицею.

За вказаною моделлю утворюються численні неолексеми з елементами *смарт* (і *smart*), *топ*, *лайт*. Помітно втратили свою словотворчу активність такі елементи, як *відео-, теле-*, що теж пояснюється екстралінгвістичними чинниками. [3, с.43]

В сучасному українському мовленні англіцизми-неолексеми активно беруть участь у словотворенні. Наприклад, тематична група «комп'ютерна термінологія» поповнилася новими словами, утвореними за допомогою *лайк* (і *like*), *клік* (і *click*), *пост* (і *post*), *гугл* (і *google*), *чекін* (і *chek in*): *лайкати, клікати, постити, гуглити, чекінити*.

Численні англiцизми в сучасному мовленнi по-рiзному входять до граматичної системи української лiтературної мови. У зв'язку з цим виникає потреба у вивченнi процесу адаптацiї таких запозичень. Вже зазначалося, що запозиченi англiцизми в українських текстах пишуться переважно кирилицею. Проте це написання не є стандартизованим, нормативним, а отже, правопис запозичень потребує подальшого унормування.

Крiм того, у багатьох контекстах запозичення не набувають характеристик, властивих вiдповiдним частинам мови в межах української граматичної норми. [1, с.6]

Сучаснi неологiзми, що використовуються в українському мовленнi пiд впливом засобiв масової iнформацiї та реклами, можна класифiкувати за групами:

- неологiзми, якi використовуються в тексті зi збереженням графiки мови-джерела (варваризми): *SMS (Short Message Service), PR (Public Relations), VIP (Very Important Person), Power Bank, Happy Meal, McDonald's, ICTV, IT, Wi-Fi, Microsoft* тощо;
- неологiзми транслiтерованi кирилицею (макаронiзми); при цьому одне слово може бути i варваризмом, i макаронiзмом: *SMS /СМС, PR/ПР (пiар), VIP/вiп*;
- складнi неологiзми, де запозиченi основи поєднуються з питомими: *SMS - повідомлення* (з подальшою його трансформацiю у *SMS 'ка*), *PR-вiддiл, полiт-PR, IT-технологiї, вiльний Wi-Fi* тощо;
- неологiзми з нестабiльною орфографiєю: *месидж/месiдж/меседж, офшор/офф-шор/оф-шор, iмiджмейкер/iмiдж-мейкер, мас-медiа/масмедiа, пепсi-кола/пепсi кола* ;
- неологiзми, якi активно беруть участь у словотвореннi: *PR-щик, IT-шник, вiп-мiсця, офшорний, бартерний, дисконтний, ваучерний, рейтинговий, спонсорувати, спонсорство, рiелторський, екстримний, мультимедiйний, серверний, сканерувати, провайдерський, iмiджмейкерський* .

Таким чином, для відображення одного поняття зі спеціальним об'єктом номінації може існувати ціла низка найменувань-варіантів, тобто таких, які певним чином здатні конкурувати за своїми формальними, семантичними або функціональними властивостями у мовній діяльності сучасного українського суспільства. Причиною цього є і позамовні чинники (складність поняття, актуальність різних його аспектів), і внутрішньомовні чинники (наявність варіантних засобів вербалізації поняття). [4, с.27]

У переважній більшості сучасні неологізми англійського походження відповідають вимогам, що висуваються до слів-термінів: бути максимально точними та лаконічними. Запозичання часто відбувається саме задля економії мовних засобів порівняно з питомими чи калькованими описовими виразами. Наприклад: *бренд* (розрекламована торгова марка певного товару), *пертурбації* (несподівана зміна звичайного стану), *прайм-тайм* (ефірний час на радіо і телебаченні, що охоплює максимальну кількість радіослухачів і телеглядачів), *грант* (грошова допомога на навчання чи наукове дослідження), *фундація* (пожертвування коштів на заснування чого-небудь), *офшор* (території, які забезпечують пільговий фінансовий режим із закордонними партнерами) тощо.

Деякі слова, що донедавна вживалися у вузькій термінологічній галузі, починають долати цей бар'єр і завдяки ЗМІ переходять до загальноживаної мови, розширюючи при цьому свої семантичні можливості і нерідко набуваючи нових значень. Наприклад: *трансфери* (у значенні «компенсаційні виплати за офіційний перехід спортсмена в іншу команду»), *фігурант* (у значенні «співучасник гучних подій»), *мультиплекс* (у значенні «багатозальний кінотеатр»). [4, с.30]

У сучасному українському мовленні, особливо у мові ЗМІ, реклами, назвах торговельно-розважальних закладів тощо, значного розповсюдження набули мовні одиниці англійського походження на зразок *бізнес-центр*, *онлайн-трансляція*, *фітнес-клуб*, *топ-менеджер* тощо. Подібні одиниці розглядаються як складні іменники. Проте запозичення такого характеру не можна відносити до власне лексичних, оскільки в англійській мові вони є словосполученням. В



українській мові їм переважно відповідають аналогічні за звучанням словосполучення – поєднання двох іменників, перший з яких вживається у формі називного відмінка. Такий зв'язок в українській мові можливий для прикладок. Однак у процесі словозміни можемо помітити, що, на відміну від прикладок (які узгоджуються з опорним словом у відмінку, тобто обидва слова набувають однакових відмінкових форм), перша частина аналізованих словосполучень є незмінною: *сервіс-центру, сервіс-центром; фітнес-клубу, фітнес-клубом* тощо. Отже, розглядати такі словосполучення як прикладкові неможливо.

Незмінні слова, як відомо, приєднуються зв'язком прилягання. Однак словники фіксують такі англіцизми (*бізнес, офіс, сервіс* тощо) як звичайні змінювані іменники чоловічого роду (*бізнес – бізнесу, сервіс – сервісу*). Отже, приєднуватися до головного слова зв'язком прилягання вони також не можуть. Таким чином, можна стверджувати, що аналізовані словосполучення завдяки наявному в них типу зв'язку не відповідають граматичним нормам української мови. Очевидно, саме цим зумовлене часткове витіснення таких мовних одиниць більш типовими для української мови словосполученнями або поступовий перехід їх у цілісні лексеми, де основи стають частинами складного слова.

Основною причиною використання запозичень (у даному випадку англіцизмів) називають відсутність в українській мові власного відповідника. Проте з цим можна посперечатися. Існує безліч англіцизмів, що вживаються за умови наявного українського відповідника. Наприклад: *провайдер – постачальник, контент – зміст, девелопер – розробник, лізинг – оренда, консьюмерист (консумент) – споживач, пітчинг – презентація (показ), дайджест – огляд, спреї – розбризкувач, кеш – готівка, ньюс-реліз – випуск новин, сервіс – обслуговування, паркінг – стоянка, дайвінг – пірнання, ліфтинг – підтяжка, сейл – розпродаж, пресинг – тиск. У такий спосіб спостерігаємо вживання абсолютних варваризмів-дублетів в українському сучасному мовленні.*

Проведене дослідження допомогло лише розглянути частково питання запозичення та адаптації новітніх англiцизмiв у сучаснiй українськiй мовi. Проте залишається багато суперечливих питань у цiй галузi., якi вимагають подальшого розгляду, зокрема, поглиблення розумiння причин та уточнення сфер функцiонування нової запозиченої лексики.

Таким чином, однiєю з найактуальнiших проблем сучасної неологiї є питання лексикографiчної фiксацiї неолексем, що виникають через запозичення. За умови збереження комунiкативностi i функцiонально-стилистичних обмежень запозичення стає одним iз джерел поповнення сучасного словника українськoї мови. При цьому адаптацiя неологiзмiв вiдбувається у бiльшостi випадкiв через мовлення засобiв масової iнформацiї, оскiльки ЗМI на сьогоднiшнi є надзвичайно поширеними та мають певний вплив на широкий загал населення. Проблема адаптацiї, iснування та поширення iнновацiйних елементiв, спричинених впливом англiйськoї мови, у сучасному українськoму мовленнi лише зазначена у данiй статтi. Проте через активнiсть процесу «англiзацiї» українськoї мови питання запозичання заслуговують на подальше докладне наукове дослідження.

#### Список використаної лiтератури

1. Городенська К. Новi запозичення i новотвори на тлi фонетичної та словотвiрної підсистем українськoї лiтературної мови. *Науковий часопис Нацiонального педагогiчного унiверситету iм. М. П. Драгоманова. Серiя 10.* 2009. Вип. 5. С.3-7.
2. Клименко Н., Карпiловська Є., Кислюк Л. Динамiчні процеси в сучасному українськoму лексиконi: монографiя. Київ, 2008. 434 с.
3. Стишов О. Українська лексика кiнця ХХ столiття (на матерiалi мови засобiв масової iнформацiї). Київ, 2005. 288 с.
4. Дьолог О. Англiцизми в сучаснiй українськiй економiчнiй термiнологiї: Особливостi використання та адаптацiї. *Актуальнiе научнiе исследования в современном мире.* Переяслав, 2019. Вип. 11(55). Ч. 7. С 27-35.