

Вінницький державний педагогічний університет  
імені Михайла Коцюбинського

факультет іноземних мов

кафедра германської і слов'янської філології та  
зарубіжної літератури

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему: **«ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИЧНОГО ВАРІЮВАННЯ  
АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ»**

здобувача ступеня вищої освіти магістра  
галузі знань 03 Гуманітарні науки  
спеціальності 035 Філологія. Германські мови і  
літератури (переклад включно) (англійська, німецька)  
Герасименко Аліни Сергіївни

науковий керівник:

Дробаха Лариса Валеріївна

кандидат філологічних наук, доцент

Вінниця – 2018

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ .....	8
1.1. Дослідження історії та причин появи запозичень у сучасних лінгвістичних працях .....	8
1.2. Асиміляція англомовних запозичень в українській лексичній системі .....	24
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I .....	43
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИЧНОГО ВАРІЮВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ .....	46
2.1. Роль запозичень у різних сферах життя українців.....	46
2.2. Функціонування англійської лексики в українському інформаційному просторі .....	51
2.3. Вживання англійських запозичень в українському молодіжному сленгу.....	58
2.4. Англійські запозичення у культурній сфері української мови.....	76
2.5. Англомовна лексика у сфері комп'ютерних технологій.....	82
2.6. Анліцизми у спортивній термінології української мови.....	88
2.7. Семантика англіцизмів у сфері економіки та бізнесу .....	92

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II.....	102
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	105
РЕЗЮМЕ.....	108
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	110

## ВСТУП

На сучасному етапі розвитку суспільства англійська мова займає провідне місце в інтернаціональному спілкуванні. Це мова новітніх технологій, комунікацій, науки, техніки тощо. Як результат, англійська мова створює міцні зв'язки з іншими лінгвістичними просторами.

Входження в український лінгвістичний простір запозичень, зокрема і англомовних, є наслідком не тільки об'єктивних чинників, а і суб'єктивних, таких як мода на іншомовні слова, вплив закордонного способу життя, престиж англійської мови.

Складні та неоднозначні процеси в українській мові, пов'язані зі збільшенням кількості запозичень призводять до суперечливих та протиставних поглядів лінгвістів і мовознавців загалом. Відповідного до цього, філологи виокремлюють як переваги, так і недоліки запозичень. Серед переваг мовознавці виділяють певне збагачення мови, її розвиток відповідно з тенденціями. Але існують і такі недоліки: засмічення мови іноземним матеріалом, зміна правопису та орфографії. Виходячи з цього, постає низка питань щодо визначення певних критеріїв зарахування запозичень до складу української лексики, а також пошуку українського відповідника, який би замінив чужоземне слово.

Проблемам запозичень присвячена досить велика кількість наукових праць як вітчизняних так і закордонних спеціалістів (І.І. Огієнко, В.І. Самійленко, Ю.О. Жлуктенко, С.В. Семчинський, О.Г. Муромцева, О.Д. Пономарів, Б.М. Ажнюк, В.В. Виноградов, Д.М Шмельов, О.С. Ахманова, L. Bloomfield, U. Weinreich, E. Haugen, A. Martinet та ін.) Українська лексикологія розглядала та висувала різноманітні теорії запозичень та їхнього розвитку в українській мові. Було проведено низку досліджень на рахунок історії та етапів входження англіцизмів до української мови (В. Коломієць, Т. Линник, О. Муромцева та ін.)

Протягом останніх десятиліть в українському мовознавстві виникла гостра потреба у вивченні англіцизмів, особлива увага приділялась

різноманітним тематичним групам таких слів, зокрема і термінології (В. Коломієць, Т. Линник, О. Муромцева та ін.).

**Актуальність роботи** обумовлена тим, що семантичні зміни входження англіцизмів в українську лексику не були глибоко та ґрунтовно досліджені. Проте, різноманітні лексико-семантичні процеси в мові, як наслідок впливу мовних інтернаціональних контактів, а також їх наслідки заслуговують значної уваги та подальшого дослідження. В цьому і полягає актуальність нашої теми.

**Об'єктом дослідження** у нашій роботі є запозичення, зокрема англомовні, які вживаються в українській мові.

**Предметом даної роботи** є встановлення особливостей семантичного варіювання англомовних запозичень.

**Основна мета роботи:** встановити семантичні особливості англомовних запозичень в українській мові відповідно до сфер вживання.

Виходячи з мети дослідження, слід вирішити такі **завдання:**

- 1) здійснити огляд наукової літератури з проблеми, що досліджується;
- 2) визначити поняття англомовного запозичення в українській мові та місце англіцизмів загалом;
- 3) дослідити граматичні категорії англіцизмів в українській мові;
- 4) проаналізувати шляхи історичного розвитку англомовних запозичень в українській мові;
- 5) дослідити особливості функціонування англомовної лексики в сучасній українській мові.
- 6) поділити запозичення на мікрогрупи;
- 7) проаналізувати семантичне варіювання значень англомовних запозичень у різних сферах вживання в системі сучасної української мови.

**Матеріалом** роботи слугують словники іншомовних та англомовних запозичень, а також англійські та українські друковані періодичні видання.

**Методи дослідження:**

- 1) описовий метод, який передбачає спостереження, аналіз, узагальнення та класифікацію певних мовних фактів;
- 2) статистичний метод;
- 3) метод порівняльного та кількісного аналізу;
- 4) семантичний метод, який сприяє відбору і класифікації певних явищ.

**Наукова новизна дослідження** полягає в тому, що англомовні лексичні запозичення в українській мові у семантичному контексті ґрунтовно не досліджені. У роботі вперше зафіксовано й проаналізовано склад запозичених в українську мову в сучасний період (90-і рр. ХХ – початок ХХІ ст.) лексичних англіцизмів. Визначено попередні етапи та специфіку сучасного періоду запозичення англіцизмів в українську мову, здійснено їх класифікацію за тематичним принципом. Уперше новітні англіцизми охарактеризовано в структурному та лексико-семантичному аспектах.

**Теоретичне значення** роботи полягає в доповненні лінгвістичних знань про англомовні запозичення та їх семантичне варіювання в лексичному складі української мови відповідно до сфер вживання.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в тому, що їх можна використати в процесі викладання курсу лексикології сучасних англійської та української мов та під час проведення спецкурсів і спецсемініарів з тем запозичення та неології, а також при укладанні словників іншомовних слів і тлумачних словників української мови.

**Апробація дослідження.** Основні положення та результати дослідження були представлені у збірнику студентських наукових статей “Педагогічний калейдоскоп” (м. Вінниця, 2017 р.) та на 7 конференціях: 1) XV Міжнародна студентська інтернет-конференція “Мова, освіта, культура: інтеграційні процеси в сучасному світі” (м. Вінниця, 23-24 листопада 2017 р.); 2) Студентська наукова інтернет-конференція “Сучасні проблеми лінгвістики, літературознавства та методики викладання мови і літератури” (м. Вінниця, 14 грудня 2017 р.); 3) Студентська наукова інтернет-конференція “Актуальні проблеми сучасної іноземної філології” (м. Рівне,

2018 р.); 4) XIX Міжнародна науково-практична інтернет-конференція “Весняні наукові читання – 2018” (Частина 5, м. Вінниця, 19 квітня 2018 р.); 5) Звітна науково-практична конференція викладачів та студентів факультету іноземних мов (м. Вінниця, 25 квітня 2018 р.); 6) Всеукраїнська наукова конференція “Актуальні проблеми філології та методики викладання іноземних мов у сучасному мультилінгвальному просторі” (м. Вінниця, 22 листопада 2018 р.); 7) XVI Міжнародна студентська інтернет-конференція “Мова, освіта, культура: інтеграційні процеси в сучасному світі” (м. Вінниця, 4 грудня, 2018 р.).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, основної частини, яка включає 2 розділи, висновків до розділів, загальних висновків, резюме та списку використаної літератури.

## РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

### 1.1. Дослідження історії та причин появи запозичень у сучасних лінгвістичних працях

Феномен запозичень відомий всім без винятку ще із минулих тисячоліть. Це і не дивно, адже процес входження слів однієї мови до складу іншої є природнім та надзвичайно стійким процесом, який виник внаслідок встановлення різноманітних зв'язків між країнами, націями та державами загалом. Запозичення безпосередньо пов'язане із виникненням нового слова в лексиці тієї мови, в яку воно входить. В результаті цього виникає нова лексема, яка називає певний предмет чи явище.

Запозичення є елементом чужої мови, який внаслідок постійного використання входить в лексику іншої мови та існує як комунікативний елемент. Зазвичай, чужоземним елементом, тобто запозиченням, є слово, синтаксичні, морфологічні та фразеологічні одиниці запозичуються не так часто. Існують і запозичення окремих звуків, фонем та морфем. Такий феномен відбувається вже як наслідок запозиченого іншомовного слова, з якого в подальшому і виділяються суфікси, префікси, корені тощо. Статистичні дані говорять про те, що в деяких випадках запозичення настільки входять в мову, внаслідок постійного використання, що не виокремлюються носіями мови та виокремлюються лише шляхом етимологічного аналізу.

Беручи до уваги той факт, що запозичення є результатом тривалої та плідної взаємодії однієї мови з іншою, вони займають почесне місце у лексиці тієї чи іншої мови. Значна взаємодія мов, розвиток культурних та економічних зв'язків призводить до появи такої ланки запозичень як інтернаціоналізми.

На сучасному етапі розвитку наше суспільство переживає надзвичайно інтенсивні та відчутні зміни як в політичному, так і в економічному житті. З розвитком інтернаціональної взаємодії, лексичний склад мови також змінюється, інтегрується та розширюється. В останні роки в Україні спостерігається два процеси:

- 1) збільшення кількості англомовних за походженням слів;
- 2) розширення актуальності слів англійського походження, що функціонували в українській мові обмежено для характеристики певних сфер життя в зарубіжних країнах [3].

Як бачимо, англійські запозичення, які поступово входять в українську мову, займають надзвичайно важливе місце.

Більшість енциклопедій тлумачать поняття “англіцизму” як різновиду запозичення, чужоземного слова, певного окремого значення, вислову, який запозичується з англійської мови або перекладений з неї чи утворений за зразком, притаманним мові-донору.

Запозичення – важлива частина мови, яка інтегрується у сферу української лексикології. Їхнє входження в українську мову пояснюється тісними зв'язками та історією нашого народу, яка формувалася протягом багатьох століть, під час розвитку власної державності, пов'язаною з різними культурними, соціально-економічними, політичними, мовними відносинами щодо інших народностей. Таким чином, це сприяло збагаченню та зміцненню нашої рідної мови. Лексичні запозичення з англійської мови почали проникати в українську набагато пізніше, ніж з німецької, латинської чи французької.

Відповідно до П. Трудгіль, мовні контакти широко вивчалися в різних мовних парадигмах [109, с. 90]. Ситуація з мовними контактами і до тепер досліджується з точки зору перекладу мови, різних видів мовних перешкод, перемикання коду та змішування коду, двомовності та багатомовності. Місечко стверджує: “... сьогодні мовознавство зосереджується на взаєминах мови, культури та думки” [99, с. 21]. Ця точка зору виявилася корисною в

багатьох лінгвістичних сферах, включаючи вивчення мовних контактів та взаємодію різних лексичних систем.

Одним з найважливіших вимірів, який не можливо не враховувати, є глобалізація англійської мови. Вона створила новий тип мовної контактної ситуації і, таким чином, новий тип двомовності. Як зазначає М. Крістал “... де однією з мов є глобальна мова, що забезпечує доступ до світової спільноти, а інша є регіональною мовою, що забезпечує доступ до місцевої громади” [87, с. 19] .

Найбільш важливими питаннями, з якими стикаються більшість мовознавців, є те, яким чином глобальна англійська мова впливає на різні культури та які соціокультурні зміни сприяють таким впливам. Безперервна співпраця мовних позичальників та мовного початку успішна, якщо перевіряти час і соціальні потреби. Область, на яку найбільше впливають інші мови, – це словниковий запас. Це пов’язано з тим, що завжди існували економічні, політичні, культурні та інші відносини між народами. Таким чином, мова збагачується завдяки словам та виразам з інших мов-донорів. Запозичення іноземних лексичних елементів є одним із основних способів збагачення словника.

Ажнюк підкреслює, що на українську мову найбільше вплинула англійська мова за допомогою лексичних запозичень та кальок (точні репродукції англійської термінології з матеріалом, властивим українській мові) – (*гамбургера* – *гамбургер*). Семантичні зміни українських лексичних одиниць, які були інтерпретовані як семантичні кальки (наприклад, слово *контролювати*, яке мало на увазі перевіряти щось, але піддалося впливу його англійського аналога [85, с. 52]. Серед інших змін ми можемо спостерігати зміни в конотаціях (такі слова, як *агресивний*, *амбізійний* – *aggressive*, *ambitious*, втратили негативні конотації, які були властиві їм раніше), зміни в формах деривації (деякі псевдоангліцизми, створені за допомогою лексичних елементів англійської мови, такі як *дресмен* (*dressman*) – сукня (чоловіча модель)). Граматичні впливи також вплинули на розвиток

мови, наприклад, збільшення використання граматично незмінних форм і словосполучень “іменник + іменник”, як у шоу Савіка Шустера.

Ми повинні звернути увагу на посилене використання раніше незлічених іменників у множині, наприклад *biznesy* – “*businesses*” (бізнес – “бізнес”). Необхідно також враховувати фонологічні впливи, наприклад, в таких словах, як *Флорида* чи *Вашигтон* (*Florida or Washington*), наголос переноситься назад на перший склад, як це було в англійській мові, хоча раніше такі слова, пристосовані до українського акцентуального напрямку, отримували наголос на другому або третьому складі.

Англійські запозичення також вплинули на графіку та пунктуацію, наприклад, великі літери використовуються замість малих в назвах компаній, змінюється розташування лапок, коли обидва компоненти розміщуються у верхній частині тексту, тоді як в українській мові біля першого слова лапки зазвичай ставляться в нижній частині.

Особливу увагу слід приділити дискурсивним впливам, таким як передача певних стандартизованих текстів. Наприклад, презентації телевізійних новин, газетних новин або написання ділових листів. Також слід звернути увагу на лексичні зміни, оскільки вони більш очевидні, ніж інші зміни в будь-якій мовній сфері. Ці зміни можуть бути проаналізовані з різних точок зору, наприклад, їх семантичні функції, слова, запозичені для того, щоб назвати нове явище або забезпечити стилістично забарвлені синоніми для існуючих українських слів. Як стверджує Місечко: “... значення деяких запозичень залишається незмінним, тоді як інші англійські запозичення трансформуються в процесі передачі для задоволення потреб української мови та суспільства” [99, с. 29].

Деякі лексичні елементи, запозичені на короткий час внаслідок збільшення їхньої популярності або з інших причин, зникають як непотрібні для мови-позичальника. Запозичені слова досягають різних рівнів асиміляції в процесі їхнього функціонування. Цей рівень визначається не хронологічною ієрархією їх появи, а практичним застосуванням в даний

момент. Слово, яке було запозичене раніше, не обов'язково буде асимілюватися краще, ніж те, яке пізніше проникло у мову.

Перші значні контакти з іноземними культурами розпочалися під час хрещення Київської Русі, під час реформ Петра Великого, а також упродовж дев'ятнадцятого століття [104, с. 441].

Таким чином, періоди культурного діалогу можна розділити на етапи.

Перший етап розпочинається тоді, коли одна культура починає запозичувати лексику з іншої. Спочатку іноземні тексти займають вищу позицію та посідають значно цінніше місце ніж власна лексика. Вони вважаються “більш красивими”, порівняно із “застарілими” вітчизняними текстами. Пізніше можна спостерігати наступне явище: закордонна лексика, що пристосовується до мови-реципієнта набирає все більшої популярності, хоча “імпорتنі” ідеї більше не сприймаються як “ідеальні”, люди повертаються до своїх забутих коренів.

За словами Прошиної, культура може досягти стадії, коли “імпорتنі” поняття настільки пристосовані до культури одержувача, що більше не сприймаються як запозичені [104, с. 443]. Ця ідея тісно пов'язана з тими стратегіями перекладу, які виникають у відповідь на внутрішню культурну ситуацію: одомашнення та іноземність [104, с. 439-444].

Більшість англійських слів почали надходити до української мови через російську мову. Англійські слова з'явилися в російській літературній мові в дев'ятнадцятому столітті через західноєвропейські мови, наприклад, з французької: *бюджет* (*byudget*.)

Французький *бюджет* (*budget*) з англійського *бюджету* (*budget*) ), а також через прямі контакти з носіями мови.

Можливості таких контактів значно зросли під час правління Петра I, який намагався встановити тісніші та більш регулярні зв'язки Росії з західними країнами, щоб підійти до європейських стандартів, які супроводжувалися помітними змінами словника.

У XVI столітті разом з успіхами зовнішньої торгівлі в російській лексиці з'являються чи не найперші іншомовні слова, зокрема, англійського походження. Запозичення входили в мову внаслідок розвитку торгівлі, появи нових товарів, приладів та понять [103].

Цей період ознаменувався також початком професійного ставлення у сфері вивчення англійської мови задля практичної та наукової мети.

Також у цей період спостерігається значне підвищення та активізація англомовних запозичень попереднього періоду. Саме цей етап характеризується збагаченням лексики за рахунок англійської лексики, яку почали використовувати в різних сферах, а саме у побуті, науці (зокрема математичні науки), літературі, торгівлі (мореплавство, загально інженерні науки), політичних відносинах.

Наступний переломний момент щодо англомовних запозичень розпочався у 20 рр. XIX століття, внаслідок англофільної спрямованості політики Катерини II, яка розпочала процес перекладу англомовних видань, книг та підручників [103].

Серед основних чинників процвітання англійської мови в Російській імперії можна назвати:

- Підвищення популярності престижу Великої Британії у світових колах.
- Зменшення впливу французької мови внаслідок війни з Францією, що дало змогу англійській лексиці вкорінитися в лексичній системі російської та української мов.
- Існування думки про те, що англійська мова – це мова прогресу та новітніх технологій.
- Створення протягом декількох століть сприятливих умов для запозичення слів та словосполучень.
- Ввіз на територію України та Росії більшої кількості англомовної періодики та літератури, що дало змогу англійській мові поширюватися не тільки поміж інтелігенцією, а й іншими суспільними верствами населення.

Наступна хвиля запозичень почалася в 1830-х роках і тривала до 1890 року. О. Місечко, праця якого присвячена формуванню української літературної мови, стверджує, що цей період характеризується приниженням національної мови, який через заборони імперії (1863, 1876) мав використовувати введені норми російського імперіалізму, такі як друк шкільних підручників, переклад яких на оригінальну літературну українську мову був заборонений [99, с. 119].

Більшість запозичених слів являли собою інтернаціоналізми – слова з подібним змістом в різних, іноді неспоріднених мовах. Це такі слова, як *бойкот (boycott)*, *бокс (box)*, *бюджет (budget)*, *генетика (genetics – genetika)*, *гумор (humour – gumor)*, *експрес (express)*, *експорт (export)*, *імпорт (import)*, *танк (tank)*, *чек (cheque)*.

Наступні етапи входження англomовного матеріалу до української мови розпочалися у 20-ті рр. ХХ століття та в процесі здобуття Україною незалежності. Протягом ХХ століття частка англomовних запозичень була незначною. В цей час в мові почали з'являтися такі слова англomовного походження як: *stand – стенд*; *jazz – джаз*; *boom – бум*; *film – фільм*; *foxtrot – фокстрот*; *sweater – светр*; *service – сервіс*.

На початок 30-х років ХХ століття англійська мова стала основним джерелом слів, які запозичувалися до української лексики. Більшість слів були характерними для технічної сфери та машинобудівництва. Серед таких запозичень можна виокремити: *combine – комбайн*, *container – контейнер*; *tanker – танкер*; *demping – демпінг*; *cocktail – коктейль*; *detektor – детектор*; *televisor – телевізор*; *teletype – телетайп* та інші [47, с. 96-101].

Як зазначає В. Ажнюк, перші десятиліття ХХ століття були відзначені появою в українській мові таких слів як *джаз (jazz)*, *светр (sweater)*, *трактор (tractor)*, *тролейбус (trolleybus)*, *френч (french у значенні «французький»)*, *фокстрот (foxtrot)*, *фільм (film)*, *чемпіон (champion)* [85, с. 51]. Цей період не був багатим на запозичення через те, що новостворена радянська держава перебувала в ізоляції від усіх інших країн і практично, це

унеможливило процес запозичення. Починаючи з 1920-х рр., процес запозичень став більш “доступним” та був посилений у сферах науки, техніки, спорту та культури.

На першому етапі запозичення після розпаду Радянського Союзу вплив англійської мови був хаотичним та, в більшій мірі, неконтрольованим. Україна намагалася наздогнати світову спільноту, яка використовувала англійську мову задля міжнародного спілкування та співпраці. Після того як мінімальний запас понять, необхідний для взаємної розбірливості, був побудований на українській мові, потреба та попит на англійські слова значно зменшилися. Деякі запозичення зникли, а інші були замінені українськими неологізмами.

Наприклад, слово “медіа” (*media*) було замінено українською аббревіатурою “ЗМІ”, що означає “засоби масової інформації” – засоби масової інформації (*the means of mass information*).

Наприкінці ХХ століття Україна зазнала значних змін у своєму суспільному житті, приєднавшись до світової спільноти. Саме цей період став переломним в історії української мови, який характеризувався такими процесами:

- значне поживлення та розширення у сферах вживання української мови, яке стало можливим після набуття українською мовою статусу державної та здобуття незалежності загалом.
- Посилення взаємодії з країнами Заходу та збільшення кількості іншомовної лексики в активному словнику українців.

Звичайно, під цим впливом змінилася і мовна ситуація в суспільстві. Англо-українські переклади зросли у всіх сферах, включаючи засоби масової інформації, масові культури та рекламу.

Зміни домінуючих культурних цінностей можуть бути основною причиною асиміляції слів, які позначають ціннісні поняття. Наприклад, запозичення слова *PR (public relation)* – суспільні відносини, принесло концепцію штучно створеного дружнього комунікативного клімату, хоча

спочатку слов'янська культура відмовилася від відкритої демонстрації дружелюбності до незнайомих людей.

У середині двадцятого століття через так звану соціально-політичну “відлигу” посилювалось проникнення англійських запозичень до української та російської мови. Словник був доповнений такими словами як *автостоп* (*autostop*), *бестселер* (*bestseller*), *брифінг* (*briefing*), *вестерн* (*western* (у значенні «західний»)), *детектив* (*detective*), *дизайн* (*design*), *інтерв'ю* (*interview*), *кемпінг* (*camping*), *концерн* (*concern*), *менеджер* (*manager*), *ноу хау* (*know-how*), *офіс* (*office*), *прес-реліз* (*press-release*), *стрес* (*stress*), *тайм-аут* (*time-out*), *трейлер* (*trailer*), *хобі* (*hobby*).

Як підкреслює О. Місечко, англійські запозичення, які використовуються українською мовою, в основному пов'язані з такими сферами життя та суспільства [99, с. 65]:

**Таблиця 5. The English Borrowings in the Ukrainian Language Source: Misechko, 2000**

Наука	Політика, Мас медіа	Фінансова сфера	Аграрна сфера	Флора, Фауна
флотация (flotation)	аутсайдер (outsider)	банкнот (banknote)	Дренаж (drainage)	джунглі (jungles)
алгол (algol)	імпічмент (impeachment)	копірайт (copy-right)	аутбридинг (outbreeding)	сетер (setter)
радикал (radical)	мітинг (meeting)	тендер (tender)	компост (compost)	пінчер (pincher)
квасари (quasar)	спікер (speaker)	ленд-ліз (lend-lease)	шевіот (cheviot)	мус-танг (mus-tang)
Релевантний (relevant)	пабліситі (publicity)	демпінг (damping)	фермер (farmer)	спанієль (spaniel)
факторіал	спіч	інвестор (investor)		юка

(factorial)	(speech) бойкот (boycott)			(yucca)
-------------	---------------------------------	--	--	---------

*Таблиця 5 (продовження). The English Borrowings in the Ukrainian Language Source: Misechko, 2000*

Спорт	Фабрична сфера	Їжа	Музика, Мистецтво	Міра
аут (out)	джерпер (jumper)	біф- текс (beef- steak)	блюз (blues)	барель (barrel)
корт (court)	піжама (pijamas)	джер (jam)	поп-арт (pop-art)	ват (watt)
сет (set)	светр (sweater)	кок-тейль (cocktail)	скетч (sketch)	галон (gallon)
рекорд (record)	шорти (shorts)	ленч (lunch)	твіст (twist)	миля (mile)
тренер (trainer)	плюш (plush)	пудінг (pudding)	фокст- рот (foxtrot)	фунт (pound)

Більшість запозичень пов'язані із способом життя і відбивають відносини між людьми в різних життєвих сферах життя. Це такі слова, як *бармен (barman)*, *гейм (game (у значенні «гра»))*, *дансінг (dancing (у значенні «танці»))*, *партнер (partner)*, *сервіс (service)*. Необхідність цих запозичень визначається нелінгвістичними чинниками.

Англiцизми переважно усвідомлюються мовцями як чужорідний елемент і зберігають ознаки свого походження: фонетичні (*джерм, імідж*), словотвірні (*смокінг, маркетинг*), семантичні (*яструби – політики, прихильники жорстокого агресивного курсу у різних країнах*). Ряд англiцизмів позначають національні (англійські, американські) реалії:

*Скотланд-Ярд* (англійська реалія), *діснейленд* (американська реалія), а також предмети і явища в галузі спорту, техніки, економіки, політики. Англіцизм – ідіома чи крилатий вислів – пов’язується у свідомості мовців з англійським джерелом незалежно від способів творення: українське “скелет у шафі (буфеті)” (сімейна таємниця) – англійське “skeleton in the cupboard”; англійське “To be or not to be” – українське “Бути чи не бути” [80].

В більшості випадків такі англомовні запозичення стосуються наукових, технічних чи економічних галузей, яким важко знайти замітник чи відповідник у лексиці власної мови. Тому, можна виділити такі найпоширеніші галузі:

– *техніка: блюмінг, бульдозер, буфер, грейдер, диспетчер, ескалатор, каупер, комбайн, конвейєр, кренінг, радар, слябінг, сейф, телетайп, тендер, трактор, трамвай, тунель, фільм, форсунка.*

– *Мореплавство та військова справа: аврал, браунінг, бункер, ватерлінія, вельбет, докер, дрейф, катер, мічман, снайпер, танк, танкер, трап, траулер, шквал, шлюпка, шрапнель, шхуна, яхта.*

– *Політика, економіка та торгівля: банкнот, блеф, блокада, бойкот, бюджет, гангстер, демпінг, долар, інтерв’ю, лідер, локаут, мітинг, чек.*

– *Спорт: аут, бокс, боксер, ватерполо, волейбол, гол, голкіпер, матч, жокей, нокаут, раунд, рекорд, спорт, спортсмен, старт, теніс, трек, тренер, фініш, форвард, футбол, хокей.*

– *Одяг й тканини: бязь, велвет, джемпер, піджак, піжама, плед, плюш, смокінг, френч.*

– *Їжа та напої: біфштекс, кекс, пудинг, пуни, ром, ростбіф, сендвіч, торт; культури: гумор, джаз, клоун, клуб, комфорт, памфлет, сквер, тент, фокстрот, фольклор, хол [6, с. 140].*

На сучасному етапі, звертаючи увагу на події, які відбуваються в Україні, доцільно було б сказати, що найбільш поширеними та популярними сферами вживання англіцизмів є політика та економіка. Поступова євроінтеграція України призводить до все більшого напливу запозичень,

серед яких англіцизми посідають провідне місце. Не можна обійти стороною і мас-медіа. Телекомунікації, Інтернет – джерела та радіо є одними із найбільш популярних засобів поширення англіцизмів серед українців. Різноманітні статті, радіопередачі та телевізійні новини є джерелами масового використання англіцизмів, як зазначають експерти.

М. М. Вахоцький виділяє певні ознаки, які зберігаються при запозиченні англіцизмів. Серед них можна виокремити:

- фонетичні: *джерем, імідж*;
- словотвірні: *смокінг, маркетинг*;
- семантичні: *яструби – політики, прихильники жорстокого агресивного курсу у різних країнах* [51].

Для запозичень з англійської мови характерні:

- звукосполучення *дж*: *бюджет, джаз, джентельмен, джемпер*;
- звукосполучення *ай, ей*: *гайморит, інсайд, тролейбус, хокей*;
- суфікс *-инг(-інг)*: *мітинг, пудинг, демпінг, тубінг*.

Головною особливістю сучасного процесу запозичень є надзвичайно стрімка та швидка семантична, граматична, фонетична графічна і словотвірна адаптація англійської лексики в українській мові [54, с. 105].

Функціонування в сучасній українській мові значної кількості англіцизмів зумовило появлення перед дослідниками нових завдань: з одного боку, в різних аспектах вивчити вплив нової англомовної лексики на систему української мови, а з іншого боку, визначити закономірності інтеграції запозичень у фонетичну, лексичну, словотворчу та граматичну системи української мови.

Процес лексико-семантичної еволюції англійських слів в українській мові є найбільш значним у загальному процесі запозичення слів. Саме лексико-семантична система мови джерела є системою, що стимулює подальший розвиток або зникнення слова з лексичного фонду мови, що запозичує [50].

За місцем у лексико-семантичній системі більшість мовознавців виділяють три основні групи запозичень з англійської мови.

До першої групи належать слова, які були запозичені з англійської мови вже давно, але за певних обставин залишались маловживаними та втратили свою популярність. Але на даному етапі такі лексеми відновили свою популярність та активно використовуються носіями нашої мови. Серед них можна виділити: *бізнес, маркетинг, комп'ютер, сервер, менеджмент* тощо.

До другої групи можна віднести слова, які добре відомі носіям мови, але такі англіцизми не асимілювалися і знаходяться на периферії між англійською та українською. Це такі слова як: *бай, о-кей, хелюу, ланч, бюті, стаф, уїк-енд, хепі-енд, гран-прі, біл борд, селебриті, екстезі* тощо.

Як бачимо, такі слова ще виразно зберігають свою іншомовну оболонку. Виходячи з різних критерій, можемо стверджувати, що слова, які відносяться до цієї групи слів запозичуються саме тепер, в наш час. Такі слова використовуються не у всіх сферах життя, вони мають обмежену сферу використання. Дані неологізми не відмінюються та є неактивними щодо словотвірного процесу.

Третя група слів – це давно запозичені слова, які відомі більшості сучасних українців. Така лексика досить широко вживаються носіями мови, адже вона органічно пристосувалася до лексико-семантичної системи української мови. Деякі слова навіть можна сплутати із суто українськими лексемами. До них належать: *парк, сендвіч, хот-дог, бекон, лазер, скутер і тд.*

На сучасному етапі розвитку та запозичення до української лексики популярності набули слова-англіцизми, у складі яких присутня морфема – *інг/-инг*: *допінг, серфінг, дайвінг, мапінг, постинг, кастинг, лізінг, кіднепінг* та інші [60].

Значного поширення набули англіцизми, які мають закінчення на –*ація* (-ізація/изація). Наприклад: *приватизація, колективізація, реструктивізація,*

*інновація, політизація, актуалізація* тощо. До словотворчих продуктивних морфем відносять також і суфікси *–изм/ізм*. До них можна віднести такі слова як: *плюралізм, імпресіонізм, глобалізм, культуризм, авторитаризм* і т.д.

Беручи до увагу, що такі запозичення є відносно новими в українському лінгвістичному просторі і наведені вище морфеми ще не оформилися повноцінно як суфікси “.....словотвірний афікс сам по собі не може бути виокремлений із запозиченого слова, якщо у ньому не виділена словотвірна основа, не тільки формально, але й семантично. Для активізації чужомовного афікса необхідно, щоб на новий ґрунт мови-реципієнта були перенесені не ізольовані слова, а похідні разом зі словотвірними словами, що складає основу для виявлення словотвірної моделі” [7, с. 53].

Як стверджує Косанович, є багато слів з української мови, для яких англійська мова служила каналом передачі: *алигатор* (англійський *alligator* з іспанської *el lagarto*), *горила* (англійське слово *gorilla* з африканської), *гуттаперча* (англ. *guttapercha* з малайською), *джунгли* (англійське *jungle* з індійського *jangal*), *ніжама* (англ. *rujama* з індійської) тощо [95, с. 178].

Деякі запозичення – це поняття, які інтернаціоналізуються швидко та семантично, надаючи мало свідчень про історичний досвід. Ця категорія включає багато латинських та грецьких запозичень, іноді об’єднаних, фонетично та морфологічно пристосованих до мови. Таким чином, це свідчило про наявність таких слів як *аболіціонізм (abolition-abolitionism), вердикт (verdict), капітал (capital)*.

Більшість запозичень у цій категорії – це слова, які складаються з двох морфем: англійська морфема та латинська чи грецька: *автостоп (autostop – auto і stop), антифруз (antifreeze – anti ma freeze), акваланг (aqualung – aqua і lung)* і т. д.

Деякі англійські запозичення зберегли фонетичні та граматичні риси, не характерні для української мови, і тому вони відомі як “чужі” (*strangers*).

Це такі слова, які не змогли асимілюватися до української: *бунгало* (*bungalow*), *віскі* (*whiskey*), *денді* (*dandy*), *дербі* (*derby*), *каное* (*canoe*), *ноу хау* (*know-how*). Більшість англійських запозичень графічно та фонетично асимільовані. Одним з найбільш рідких явищ є те, що іменник використовується в однині, якому спочатку притаманна була множина. Українське слово “бутси” (*bootsy-boot*) є похідним від англійської форми множини “*boots*”. Український “кекс” (*keks*) походить із множини “*cakes*”.

І. Федорець підкреслює, що: “Іноді важко точно визначити, яка частина мови була оригінальною для похідної: іменник або дієслово” [89, с. 79].

Пояснення цього явища полягає в таких засобах словотворення як конверсія, що спричиняє подібність слів, незважаючи на їх приналежність до двох частин мови, наприклад: *блеф* (англ. іменник *bleff*, дієслово *to bleff*), *дисплей* (англ. іменник *display*, дієслово *to display*), *імпорт* (англ. іменник *import*, дієсл. *to import*), *ліфт* (англ. іменник *lift*, дієслово *to lift*).

О. Місечко підкреслює, що більшість прикметників легко адаптуються до норм української мови: *комфортабельний* (*komfortabel'niy – comfortable*), *лояльний* (*loyal'niy – loyal*), *резистивний* (*rezestyvniy – resistive*), *релевантний* (*relevatyvniy – relevant*) [99, с.32].

Іноді запозичені прикметники перетворюються на іменники: англійський прикметник “pink” перетворився на іменник *пінк* (рожева фарба з хрому). Такі зміни відбуваються з англійськими прикметниками та вербальними формами, що мають закінчення *інг* (*ing*): *блюмінг* (*blooming*), *крекінг* (*cracking*).

Один з найцікавіших випадків – це коли запозичені слова виражаються за допомогою іменника українською: *гомруль* (*homeru' – Engl. Home + rule*), *нокаут* (*knockout – Engl. to knock, ударити + out*), *нокдаун* (*knockdown, англ. knock + down*), *аврал* (*avral, англ. over + all*), *ноу хау* (*know-how, англ. know + how*).

Деякі іменники виникли в результаті складних слів запозичень, наприклад: *банкнота* (*banknote – bank-note*), *голкіпер* (*goal-keeper* у значенні “воротар”), *букмекер* (*bookmaker*).

Окрему групу складають запозичення, що виникли на основі англійської мови як аббревіатури, але, які використовуються в українській мові як терміни: *алгол* (*algol – algorythmic language* (алгоритмічна мова)), *каф* (*cuf – cost and freight* (вартість і фрахт)), *лазер* (*laser – light amplification by stimulated emission of radiation* (підсилення лазерного світла шляхом стимулювання випромінювання)).

Серед англійських запозичень, що використовуються українською мовою, є також слова, що походять від власних назв. Але як запозичення вони використовуються як загальні поняття. Наприклад, слово *бойкот* (*boycott*) походить від прізвища капітана Бойкота, його орендарі спочатку використовували тактику “бойкоту”.

Цей список може доповнюватися назвами природних явищ та соціальних процесів, похідними від власних назв англійської мови: *дальтонізм* (*daltonism*) – походить від прізвища фізика Дальтона; *дарвінізм* (*Darwinism*) – від прізвища природознавця Дарвіна.

Деякі запозичення змінили своє початкове значення після першого використання в мові. Наприклад, слово “слайд” (англ. “*Slide*”) спочатку використовувалося в значенні “рухоме місце для гребінця в човні”, потім використовувалося для кольорового діапозитиву [89, с. 179].

Розуміючи глибину історичних коренів української мови, ми повинні розглядати запозичення як мовну систему, яка постійно розвивається. Такий розвиток визначається поліфункціональними вимогами не тільки всередині України, але й у її міжнародних зв'язках.

## 1.2. Асиміляція англомовних запозичень в українській лексичній системі

Внаслідок великої кількості досліджень існує також проблема встановлення мови, яка виступає джерелом запозичень.

Визначення англомовних слів у словниковому запасі української мови є досить важким та довготривалим процесом, який пов'язаний, насамперед, з різними чинниками етимологічного, історичного, політичного, теоретичного характеру. На сьогоднішній день відомо, що більшість етимологічного складу англійської мови, а це приблизно 75 %, становлять запозичення з інших мов, які формували основу англійської лексичної системи протягом століть та епох. В більшості випадків, лексика англійської мови тісно пов'язана з іншими мовами германського походження.

Деколи досить важко встановити мову-джерело запозичення, особливо тоді, коли відбувається збіг зовнішнього вигляду лексеми та її семантичних особливостей не тільки в англійській мові, а й в німецькій, французькій, латинській тощо. При такому збігові на допомогу приходить історико-семантичний принцип аналізу слів.

Семантичний принцип полягає у дослідженні семантичних особливостей слова, оскільки так як більша частина словникового запасу англійської мови становить лексика, яка була запозичена з грецької, латинської, скандинавської, французької мов. Таким чином, такі запозичення набувають нових значень в англійській мові, а пізніше із цими ж значеннями входять до складу інших мов. Наприклад, такі слова як *гумор*, *клерк*, *піонер*, *методист*, *бюджет*, *сквер*, *вульгарний* тощо. Підстави для встановлення англійської мови як мови-донора чи мови-джерела надає семантика таких слів, які набували нових значень в англійській мові, переосмислювалися та запозичувалися до інших мов, зокрема і до української.

Історико-семантичний принцип спирається на появу слова в певній мові для роз'яснення певного поняття чи явища. Це, насамперед, залежить від історичної співвідносності слова відповідно до якогось певного явища

або ж предмету, появу слова у співвідношенні з його змістом та звучанням в мові, у якій виникло поняття того чи іншого предмету. Такий принцип дозволяє звертатися до англійської мови як до мови-джерела, яка стала донором величезної кількості слів та словосполучень.

Детальний аналіз лексем, які входять в українську мову з англійської, дозволяє визначити основні критерії англійської мовної системи як мови-донора.

Таким чином, англіцизмами будуть вважатися такі слова як:

– власне слова англословні та їх похідні в англійській мові: це морфеми, або ж слова-корені, які з'явилися в англійській мові ще в древні часи (*пенс, трамвай, стерлінг, фут, лорд, леді, клуб, кемпінг*); власні назви, які пізніше перетворилися на загальні (*жокей, вокзал, бойкот, гулівер, ліліпут, макінтош, френч, хуліган тощо*).

– Слова, які були запозичені до англійської мови в певну епоху і, таким чином, протягом століть набували нових значень та трактувань і були переосмислені вже в англійській мові а потім були запозичені іншими мовами (*спорт, піонер, методист, вульгарний, пуни, теніс, чек*), також сюди можна віднести штучні запозичення, які були створені з греко-латинських основ та морфем (*панорама, телефон, скарлатина, локомотив*) [51, с. 40-42].

Беручи до уваги усі принципи, не слід забувати і про особливості граматичних категорій англословних запозичень в українській мові, а також процесу асиміляції, який значно впливає на семантику запозиченої лексики.

Більшість слов'янських мов відноситься до флективних. Це означає, що адаптація на морфологічному рівні передбачає створення відповідних закінчень-флексій задля визначення роду, відмінка та числа.

Чужоземні іменникові основи, які запозичуються до української мови можуть утворюватися трьома способами:

- 1) приєднанням словозмінної морфеми (закінчення) у разі консонантних основ;
- 2) вокалічні основи поповнюють розряд невідмінюваних субстантивів;

3) суфіксацією і змішаним способом;

3) способом (суфікс + закінчення), який є дуже продуктивним у субстандарті, особливо в жаргонах [3].

Найчастіше суфіксальні морфеми утворюються за допомогою суфіксів *-ин(a)*: *десятина (high density)*, *ремонтин (Remote Access)*; *-к(a)*: *бут лежка (boot-legger)*.

Експресивна функція суфікса виявляється за вторинного називання, напр. *юзер – усерник* (рос. *усерицик*); 3) заміною суфікса запозиченої назви на питомий, напр.: *опція*.

Тепер детальніше розглянемо категорію роду англіцизмів.

Найчастіше граматичний рід іменників виявляється в прикметникових словосполученнях поряд з українським означенням та англійським означувальним іменником. Наприклад: *наш уїк-кенд*, *її хот-дог*, *заміські апартamenti*, *найкращий френд* і тд. Більше того, категорія роду може проявлятися у суб'єктивних та предикативних словосполученнях, в той час коли в роді суб'єкта виступає чужоземний іменник або ж в частині іменного присудка. Наприклад: *“Chicago Art Museum був представлений у номінації на кращий мистецький музей світу”*, чи *“8 березня в Україні був Mother’s day”*. Усі ці приклади наочно демонструють категорію роду англіцизмів в українській мові та їх використання.

В українській мові родове оформлення іменників здійснюється лише за правилами української граматичної системи, як результат відсутності категорії роду в англійській мові, хоча існують і певні виключення (такі як *actor (актор)*, *actress (актриса)* чи особові займенники *he (він)*, *she (вона)*, *it (воно)*), які все ж таки вказують на приналежність до того чи іншого роду.

Можна стверджувати, що справжня приналежність іменників за родами в українській мові збігається з англійською лише частково, в певних випадках. Це відбувається, наприклад, коли іменник використовується задля позначення живих істот – позначення особи. Внаслідок цього, зовнішня оболонка слова не залежить від внутрішнього наповнення та приналежності

до категорії роду. Наприклад, слова *бард, лорд, сер, джентльмен, констебль, торі, жокей, денді* як в англійській, так і в українській мові є іменниками чоловічого роду. Слова *леді, миледі, місіс, герл* як в англійській, так і в українській мові – іменники жіночого роду [3].

Категорія числа. Основні особливості української мови впливають на визначення напрямку трансформації англійських запозичень. Асиміляція граматичних категорій пов'язана зі зміною роду, про який раніше вже згадувалось, а також такі процеси призводять до зміни числа та відмінювання іменників, прикметників, дієслів тощо. Зазвичай, слова та вирази з мови-донора набувають таких же ознак граматичних категорій, які є характерними для мови-рецепієнта, в даному випадку англіцизми “підлаштовуються” під українську мову, набуваючи ознак граматичних категорій, характерних для нашої рідної мови. Порівнюючи системи двох мов, можемо стверджувати про те, що найбільші розбіжності відбуваються при трансформації категорії роду з англійської лексики в українську, а найменші – в категорії числа, про яку йтиметься далі.

Категорія числа як в англійській так і в українській мові є багато спільних рис. Таким чином, в процесі трансформації англійських слів, зокрема іменників, до української мовної системи спостерігаються невеликі відхилення.

Категорія числа в іншомовних запозиченнях виражається аналітично як в предикативних так і в атрибутивних сполученнях. В словосполученнях, які є атрибутивними, англомовне запозичення виступає як означувальний іменник з українським означенням. Наприклад: “Форма цих трьох *policemen* дуже нагадує американський стиль”; “Справжня *woman*, це та, яка знає як достойно себе представити у колі незнайомих людей” тощо.

У сполученнях суб'єктно предикативного характеру, де іншомовне слово чи вираз є іменною частиною складного присудка або ж суб'єктом: “Бачиш, магазином прогулюється справжній *shopper* та розглядає дизайнерські речі”; “Для мене вона лише *friend* і нічого більше”; “Наша

*Central Street* користується величезною популярністю серед туристів” та інші.

Відомі непоодинокі випадки, коли переклад іншомовних слів та словосполучень, від правильного перекладу яких залежить семантичне та морфологічне оформлення слова українськими засобами. Розглянемо наступне речення: “В американських судах завжди збираються присяжні – *Jury*”. З даного речення можна зробити висновок, що слово “*Jury*” зберегло множину, незважаючи на переоформлення його українськими мовними засобами.

Беручи до уваги множину та однину, слова англійської мови, трансформовані в українську лексику, слід поділити на такі групи:

1. До першої групи належать іменники, яким властива категорія числа як однини так і множини. Відмінювані іменники, які позначають живих істот та неживі предмети, які мають типовий склад для морфології української мови, як правило, мають форму і однини, і множини. Наприклад: *a cat-cats – кіт-коти, a table-tables – стіл-столи* та інші.

В інших випадках, коли при трансформації англіцизму в українську мову відбувається злиття англійського суфікса з коренем основи на українському підґрунті, іншими словами, коли форма множини може бути інтерпретована українськими носіями мови як форма однини, за основу однини в українській мові приймалась форма множини англійського слова та множина іменника утворювалась за загальними правилами української граматики: *(a boot) boots – (бутс(a)) бутси*.

Англійські співвідносні форми слів утворення множини, які створені різними коренями або основами (*a tooth-teeth*) та такими похідними з – *man* (*gentleman – gentlemen*) та *woman-women* не виокремлюються в українській лексиці як такі. Таким чином, утворення форми множини відбувається стандартизовано, тобто за загальним правилом: *зуб-зуби, джентльмен-джентльмени, жінка-жінки, полісмен-полісмени* тощо.

Англомовні іменники, які не відмінюються та називають живі істоти та неживі предмети (*бейбі, леді, бунгало, грізлі*), категорії числа проявляються в контексті: “*усі бейбі надзвичайно активні*” (множина) – “*бейбі хоче плакати*”(однина); «*леді та джентльмени*»(множина) – “*леді була надзвичайно гарна*”(однина).

Отже, можемо зробити висновок, що в більшості випадків, утворення множини іменників англійського походження здійснюється за аналогією до української морфологічної системи.

2. До другої групи входять іменники, яким характерна лише категорія числа, виражена в однині (*Singularia Tantum*). Оскільки семантична основа окремих слів є спільною як для української, так і для англійської мови, а логічна основа цих двох мов щодо категорії числа збігається, то для більшої частини таких іменників характерна лише форма однини (*Singularia Tantum*).

Беручи до уваги існування цієї групи слів, недоречно говорити про відсутність форм множини іменників як результату впливу мови-реципієнта. Такий вплив спостерігається лише щодо деяких окремих слів. Розгляд складу англіцизмів, які ввійшли в систему української мови дав змогу виокремити основні лексико-семантичні групи слів, яким притаманні лише форми однини як в англійській, так і в українській мовах. До таких слів належать лексеми, які позначають:

- назви речовини, матеріалу: *алюміній, амоній, гопкаліт, дилени, люїзіт, руберойд* та інші;
- назви тканин: *вельвет, молескін, бельтинг, джерсі, джинси, кашемір* та інші;
- назви напоїв, страв: *джин, ель, віскі, бекон, ром, пудинг, ростбіф* та інші;
- назви захворювань або стану людини: *сплін, дальтонізм, гайморит* та інші;
- назви філософських, політичних, релігійних, літературних та інших течій: *байронізм, сентименталізм, маккартизм, реалізм, прерафаеліті* та інші;
- абстрактні поняття: *комфорт, флірт, гумор, фольклор* та інші;

- збірні назви (найменування угруповань осіб): *джентрі, журі, йоменрі* та інші;
- англійські титули та форми звертання, що вживаються перед власною назвою: *сер, міс, місіс, містер*;
- назви ігор та видів спорту: *пуїбол, бокс, гольф, крокет, пінг-понг, волейбол* та інші.

### 3. Іменники, що мають тільки форму множини (Pluraria Tantum).

Іменників цього типу, що потрапили в українську мову з англійської, небагато: *джунгли, каперси, пікулі, консерви, бриджі, джинси, гольфи*.

Слова *бриджі, шорти, джинси* (англ. *breeches, shorts, jeans*) як в англійській, так і в українській мовах позначають парні предмети, тому ні в тій, ні в іншій мовах форми однини не мають. Слово *гольфи*, що є семантичним новоутворенням від слова *гольф*, має тепер такі значення: “спортивні брюки”; “панчохи до колін”[51, с. 51 -55].

Асиміляція англіцизмів займає значне місце у загальному процесі переходу англомовного слова до української лексичної системи. Англомовна лексика проходить неоднаковий шлях в українській мовній системі. В основному, це визначається різною здатністю слів до процесу асиміляції, внаслідок чого запозичення гармонійно інтегруються в систему української мови. Таким чином, еволюція іншомовних слів в нову систему відбувається відповідно до законів та принципів української мови на різних рівнях від фонетичного до графічного, граматичного та семантичного.

Асиміляція носить, в першу чергу, досить важливий соціолінгвістичний характер. Це, насамперед, пов’язано зі ступенем освоєння нової лексики різними соціальними групами. Велика кількість дослідження, яка була спрямована на дослідження процесу асиміляції, довела, що швидкість входження та використання лексики різними прошарками суспільства досить неоднакова. Більше того, рівень та характер освоєння слів різної тематики та галузей має різноплановий характер внаслідок різного інтелектуального рівня носіїв.

Розуміння нового запозиченого слова розпочинається через хибне та неправильне трактування, неправильний переклад, неграмотність. Дослідження рівнів розуміння еволюції та поступового засвоєння нової асимільованої лексики несе в собі надзвичайно важливе та актуальне лінгвістичне, соціокультурне та соціолінгвістичне значення задля встановлення самого процесу асиміляції, виникнення дуплетів, а також форм, які виникли внаслідок входження в життя народної етимології.

Англіцизм описує англійський синтаксис, граматику, значення та структуру, що використовуються іншою мовою з різним ступенем асиміляції. Американізація мови через імпорт слів і виразів на англійську мову описується Бейєром як “справжня лавина, яку неможливо зупинити” [86]. Коли слово запозичене, воно стає інтегрованим у приймаючу мову в різній мірі.

Існують різні класифікації процесів адаптації англіцизмів до мови реципієнта. М. Гьорлах відрізняє три основних ступені асиміляції:

- Слово повністю асимільоване – це слово не визнається (або більше не визнається) як англомовне і, яке можна знайти у багатьох літературних стилях і регістрах, але його все ще можна розпізнати за особливостями, які характерні для англійського правопису, вимови чи морфології.
- Слово обмеженого використання.
- Слово, яке не є частиною мови – це або калька, або створене запозичення, або в основному це слово є в активі двох мов, або використовується лише з посиланням на британські чи американські контексти [90].

Асиміляція використовується для позначення часткової або повної конформації запозиченого слова відповідно до фонетичних, графічних та морфологічних стандартів та семантичної системи мови, до якої воно засвоюється. Відповідно до форми входження в мову, англіцизми описуються в наступних термінах графічної адаптації як “транскрибовані”, “транслітеровані”, “переклади запозичень або кальки”, “пересаджені”, “перетворені” та “об’єднані” [88].

По-перше, слід зосередитись на фонетичному та графічному осмисленні англомовної лексики, адже це має першочергове значення задля успіху та правильного асимілювання. Це дасть змогу запозиченню втратити свій первісний іншомовний вигляд. По можливості слід зберігати фонетичні, та, передовсім, фонологічні особливості англійської мови [47, с. 104-106].

По-друге, при написанні слів іншомовного походження не слід використовувати літери, які нехарактерні та не відповідають звукам, які властиві мові-позичальнику. Однак, не треба забувати про те, що заміна звуків англійського слова українськими звуками – неминуча, адже звуки можуть відрізнятися як у фонетичному так, і фонологічному відношеннях.

Тому, при асиміляції слова з англійської до української мови відбувається лише певне своєрідне наближення англомовного слова, його фонетичних та фонологічних характеристик до особливостей українського аналога. Наприклад, можемо розглянути англійське слово *Mary*, яке у перекладі на українську мову може означати далеко не те українське *Мері*. Ще більша проблема виникає тоді, коли в українській мові відсутні звуки-відповідники щодо англійської. Але, беручи до уваги той факт, що український правопис базується на фонетичному принципі, в таких випадках слід застосовувати літери або ж комбінації літер, які максимально відповідають (або ж схожі) за звучанням до звуків мови-позичальника.

Також необхідно наповну використовувати можливості фонології та фонетики української мови при запозиченні слів з англійської мови. Це пов'язано із фонологічними протиставленнями та розрізненнями, які характерні для нашої рідної мови. У даному випадку, не можна діяти всупереч законам української мовної системи, орієнтуючись, наприклад, на російську. Слід відмовитись від наслідування прикладів та зразків, узятих з російської орфографії при передачі звучання англомовних слів за допомогою засобів української графіки.

Графічні проблеми нероздільні від специфіки фонетики та фонології, адже в системі мови всі рівні тісно пов'язані між собою. Якщо літера

вважається засобом зображення звука, то звук відображає фонему тої чи іншої мови. Разом з цим, не можна забувати, що основу української графіки становить фонологічний принцип, який має велике значення й для усіх інших систем цього роду. Тому, відповідно до цього, графічні знаки та їх комбінації, в більшості випадків, співвідносяться з фонемами англійської мовної системи, а не лише з її звуками.

У процесі транскрибування переноситься візуальне уявлення мовних звуків. Фонетична та графічна асиміляція вважається першим кроком адаптації запозичень у системі мови, що запозичує лексику. З точки зору вимови, фонетичні особливості мови, яка запозичує слова в іншу можуть залишатися незмінними [47].

Наприклад, при транскрибуванні необхідно відшукати певний баланс, формулюючи правила транскрипції англійських слів. Велику увагу слід звернути на правильне розрізнення між літерами *h* та *g*, літеру *x* правильніше використовувати лише для глухого щільного велярного звуку, зберігаючи імітацію приголосних, яка використовувалася в англійській мові. Також, від таких словосполучень як *au*, *eu* (*know how* – *нов гав*, а не “*ноу хау*”) краще було б відмовитися взагалі; білабіальний *w*, який часто використовується в англійській варто передавати простим українським *в* (*white* – *вайт*), нехтуючи протиставленням *w* – *в*, знайти розумний компроміс між засадами транскрипції слів з латини в нашу кирилицю і транслітерацією [45, с. 207-209].

Пізніше англійська вимова починає адаптувати стандарти української вимови. Якщо не існує однакових звуків, англійські фонemi замінюються аналогічними, які в більшості випадків перекладені на кирилиці. Наприклад, найчастіші слова – це земля та місто (*land and city*) (на підставі назв у Дніпрі): *Диволенд*, *Ігроленд*, *КнигоЛенд*, *МІНІСТЕРСИТЕТ*, *АКВА СІТІ*, *ТЦ “МОСТ-СІТІ”*, рекламна агенція *ТОП СІТІ*, туристична агенція “*Тур-сiтi*” [106, с. 227].

Наприклад, у Києві ми можемо підкреслити такі назви, наприклад: ТРЦ “Дрім Таун”, ТРЦ “Оушен плаза”, ТРЦ “Блобастер”, ТРЦ “Скай молл”, ТРЦ “Арена Сіті”, ТРЦ “Мега Сіті”, ТЦ “Палладіум Сіті”.

Транслітерація – це одне з найбільш складних питань процесу запозичення. На відміну від транскрипції мова йде про передачу знаків з однієї мови на іншу. Слово “транслітерація” походить від латинського *transliteratus* (“транс” – “через” + літеру “буква”).

Транслітерація – це метод подання букв або слів одного алфавіту в символах іншого алфавіту або скрипту. Важко простежити всі випадки транслітерації, які впливають на універсальні правила транслітерації.

Сьогодні лінгвісти сформулювали принципи транслітерації. Це означає передачу графічної форми слова, але не фонетичної. Існує цікавий факт, пов’язаний з паралельним використанням обох мовних явищ в мові, що запозичує слова. Транскрипція та транслітерація є найбільш лаконічними способами перекладу. Вони передають слово додатковими конотаціями оригінальності та незвичності. Ми можемо підкреслити, що транслітерований варіант розглядається як розмовний варіант якогось негативного змісту. Таким чином, наступні приклади характерні для кінематографії: *Benjamin*– *Бенджамін* (транслітерація) або *Бенджамен* (транскрипція); *Daniel* – *Данило* – *Даніель* (транслітерація) або *Деніель* (транскрипція); *Caleb* – *Калєб* – *Келеб* (транслітерація) або *Кейлєб* (транскрипція); *Aaron* – *Аарон-Арон* (транслітерація) або *Еєрен* (транскрипція). Фонографічні варіанти еквівалентів іноземних власних назв обумовлені особливостями аудіо- та письмових перетворень англіцизмів та правилами їх запозичення в систему мови, що запозичує.

В українській мові також існує безліч особливостей, пов’язаних з граматиною. Саме ці особливості визначають напрями граматичних змін, які відбуваються під час запозиченні нових англомовних слів. В основному, граматична асиміляція англомовних слів спостерігається у категоріях числа, роду, які вже розглядалися раніше. Граматична асиміляція пов’язана з

відмінюванням іменників, прикметників, а ще з дієвідмінюванням дієслів. Найчастіше, запозиченням притаманні граматичні категорії мови-реципієнта, незважаючи на наявність або ж відсутність в мові-донорі цих граматичних категорій. Тому, в більшості випадків, англіцизми втрачають своє граматичне значення, притаманне їм в англійській мові. Якщо ж порівнювати дві мови, які контактують одна з одною, то, найменш серйозні розходження між англомовними запозиченнями в українській лексичній системі та їх відповідниками в англійській можна знайти в категорії числа, а найпомітніші – в категорії роду.

Якщо ж розглянути морфологічну асиміляцію, то до цієї ланки можна віднести слова саме у моменти їх запозичення до української мовної системи. Ця група слів включає такі відомі нам лексикалізовані запозичення як *вокзал (Vauxhall)*, *футбол (football)*, *трамвай (tramway)*, в яких обидві морфеми англійських слів об'єдналися задля створення одного єдиного слова в українській мові. Наприклад, *бейдевінд (by the wind)*, *делінд (delint)*, до складу яких ввійшли іменники, прикметники, або ж артиклі, *аврал (over all)*, *полундра (fall under!)* – слова, які виникли внаслідок словоскладання коротких речень.

Функціонування запозичень з англійської мови при словотворенні в системі мови-реципієнта вважається однією з найвагоміших ознак успішної асиміляції.

Наприклад, англійський суфікс, що має форму – *абель-*, в українській мові показує позитивну продуктивність, початок якій поклало слово *комунікабельність* за аналогією до якого з'явилися слова *читабельний*, *респектабельний* та інші. Процес деривації можна також спостерігати у випадку таких інтегрованих слів, як *парк*, *мітинг*, *лідер*, *стрес*, *шок* та інші. Дериватами слова *парк* є *паркувати*, *парковка*; *мітинг* – *мітингувати*; *лідер* – *лідирувати*, *лідерство*; *стрес* – *стресовий*; *шок* – *шокувати*, *шоковий* [47, с. 107].

Трансформовані англіцизми передбачають деякі зміни в структурі запозичень задля того, щоб імітувати українські слова та словосполучення шляхом додавання деяких букв, які не існують в англійській мові, або ж здійснюється заміщення транскрибованих або транслітерованих англійських звуків на українські. Ці перетворення характерні для комп'ютерних та молодіжних жаргонів.

Наприклад, *Федорина гора (Fedora Core)*, *Піжамкер (Pagemaker)*, *Аутглюк (Outlook)*, *Шаровари (shareware)*.

Щодо семантичної асиміляції, то в зв'язку зі збільшенням вживання кількості іншомовних запозичень, які позначають певні явища або ж поняття у мові-реципієнті, настає період, коли таке запозичення використовується для позначення понять чи явищ, які вже пристосувалися до українських реалій і стали спільними для двох націй – української та англійської спільнот. Період семантичної асиміляції відзначається значним розширенням щодо семантичного наповнення слова, яке зберігає своє перше значення та набуття словом значення, яке співвідноситься з українськими реаліями та навіть може відрізнятися за значенням свого англійського прототипу. Сама період семантичної асиміляції характеризується посиленням впливу мови-джерела на слова-відповідники в українській мові. Таке явище характерне для запозичень, оскільки англійське слово може мати різне пояснення та отримати інтерпретацію відмінну від тієї, яка характерна для нього в мові-джерелі. В таких випадках слід звертати увагу на семантичний розвиток англійських слів, які мають два або і більше значень в українській мові. І саме ті слова, які найбільш активно запозичувались та поширювались в українській мові, найбільш яскраво виявили свою англійську семантичну насиченість у період розпочатої зміни значень лексико-семантичної системи української мови.

Розширення особливостей семантичного функціонування англіцизмів в українській мові відбулося внаслідок вторинного запозичення одного із значень слова, яке ще раніше ввійшло до складу лексики української мови

(*тандем, тендер, спікер, стандарт* та інші).

Можна додати, що як джерело вторинних запозичень велике значення має інша іноземна мова, яка тісно контактувала з нашою рідною мовою і у своєму складі мала таке ж саме, або подібне за семантичною структурою слово. Наприклад, розглянемо слово *адрес*, яке було запозичене з французької мови та набуло додаткового значення: “*письмове звернення членів англійського парламенту до короля*” в англійській мові.

У відношенні розвитку семантики англомовних запозичень під впливом англійської мови досить цікавим є лексико-семантичний розвиток слів таких як *піонер, спорт, спортсмен*. Розглянувши процес запозичень, з лінгвістичної точки зору, можна стверджувати, що саме другий етап вважається найскладнішим періодом усього тривалого процесу входження іншомовних слів до української мови. Це пояснюється тим, що англомовне слово вступає в тісну кореляцію з оригінальною українською лексикою, але, з іншого боку, англомовне слово ще не настільки “акліматизувалося” з точки зору семантики і не настільки відійшло від свого англійського відповідника, щоб увійти та посісти більш вагоме і самостійне місце в колі слів, споріднених за значенням.

Незважаючи на всі фактори, які сприяють процесу запозичень, усі слова, які ввійшли до складу української мови, повинні пройти певну перевірку – апробацію на використання та включення нового запозиченого слова в систему української лексики та відповідну реакцію оригінальних українських слів. Саме після таких процесів може відбутися, або ж не відбутися входження запозичення до складу іншої мови.

Наприклад, розглянемо слово *хобі*, появи якого в українській мові сприяв перерозподіл розуміння та значень в словах одного і того ж синонімічного ряду – *заняття, захоплення, спорт, азарт, забава*. Хоча, на початку ХХ століття слово *спорт* набуло трішки іншого значення у співвідношенні до *хобі*. *Спорт* переросло у інше значення, пов’язане з фізичними вправами, стилем життя та спортивними заняттями. Через

звуження значення слів *забава*, *захоплення*, слово *спорт* випадає з цієї семантичної гілки. Від попереднього первинного значення до нас дійшов лише вираз “*із спортивної цікавості*”, який означає “*ради (заради) розваги, забави*”. В результаті, внаслідок звуження значення слова *спорт*, слово *захоплення* почало брати на себе все більше і більше семантичного навантаження. Повернувшись до слова *хобі*, яке ввійшло в українську мову в середині 60-х років ХХ століття, можна визначити, що воно досить легко почало трансформувати значення слова *захоплення* у розумінні “*займатися чимось, захоплюватися чимось, мати цікавість до чогось*” [107]. Таким чином, це слово в повній мірі “акліматизувалося” в значенні *захоплення*. Наприклад, “*читання книг – це хобі*”. Хоча, інших значень у сучасній лексико-семантичній системі української мови це слово не набуває.

Тому, входження та функціонування слова *хобі* в українській мові відбулося внаслідок зменшення навантаження на лексико-семантичні властивості слів *захоплення* та *спорт*, які з ХІХ століття вважалися повністю синонімічними. На запозичення досить сильно впливають і екстралінгвістичні фактори, такі як соціальні, психологічні, політичні, культурні тощо. Запозичення може зберігати своє первородне значення, незважаючи на те, що воно протягом багатьох років активно використовується носіями мови-позичальника. Розглянемо стилістично марковані вживання на іронічній основі в українській мові англійських слів, які позначають титули та ввічливі звертання *сер*, *леді*, *міледі*, *лорд*, *мілорд*, *міс*, *місіс*, *джентльмен*, які при збереженні немаркованих значень розглядаються лише як форми звертання та позначають статус різних прошарків суспільства. Великого семантичного значення в українській мові набуло слово *джентльмен*, яке було запозичене до української мови ще у ХVІІІ столітті та мало досить незвичне і екзотичне звучання у ті часи. Тому, такі взаємні впливи двох мовних систем в умовах двомовності, коли на слова чинять великий вплив обидві мовні системи, є надзвичайно важливими та необхідними при спільних запозиченнях слів.

Наступний тип англіцизмів – це кальки. У мовознавстві переклади кальки або запозичень є словами або ж словосполученнями, запозиченими з іншої мови буквально, словом-словом або першочерговим перекладом. Підтвердження того, що слово “калька” іноді вимагає більшої задокументованості, ніж неперекладене запозичення, оскільки в деяких випадках подібна фраза могла б виникнути в обох мовах незалежно. Це менш імовірно, коли граматика запропонованої кальки сильно відрізнятиметься від мови запозичення або коли калька містить менш очевидні образи.

Одна система розділяє кальки на п'ять груп [107, с. 29-30]:

1. Семантичні кальки, де додаткові значення вихідного слова переводяться на слово з тим самим первинним значенням на цільовій мові.
2. Фразеологічні кальки, де ідіоматичні фрази перекладені слово в слово.
3. Синтаксичні кальки, де синтаксична функція або побудова мови оригіналу імітуються на мові- реципієнті.
4. Запозичені слова, які перекладаються, де слово перекладається з морфемі в морфему відповідно до іншої мови.
5. Морфологічні кальки, де флексія слова переноситься на іншу мову.

Кожен рівень мови багатий на приклади.

Ми виділяємо наступні рівні:

1. Графічний рівень.
2. Морфемний рівень.
3. Рівень слів.
4. Рівень словосполучення.
5. Рівень речення.

Графічний рівень ілюструється транслітерованими словами.

Морфемний рівень характеризується морфемним перекладом англійських запозичень на українську, наприклад, *skyscraper* – *хмарочос*, *workaholic* – *трудоголік*, *alcoholic* – *алкоголік*.

Серед таких слів ми зосереджуємо нашу увагу на наступних виразах та поняттях: *A computer mouse* – комп'ютерна миша, *air cushion* – повітряна подушка, *barter* – бартер, *brand* – бренд, *briefing* – брифінг, *casting* – кастинг, *chat* – чат, *discount* – дисконт, *hacker* – хакер, *lifting* – ліфтинг, *link* – лінк, *mall* – молл, *online* – онлайн, *site* – сайт, *talkshow* – ток-шоу, *thriller* – трилер, *top – top*, *workshop* – воркшоп і т. д.

Можна ілюструвати словосполучення наступними прикладами: *gold quota* – золота квота, *free trade zone* – зона вільної торгівлі, *currency basket* – корзина валют, *bad loan* – просрочена позика, *sister company* – сестринська компанія, *brain gain* – приплив мізків, *brain drain* – витік мізків, *iron curtain* – залізна завіса [83].

Повне найменування деяких організацій перекладено словосполученнями з англійської на українську: *COI – Strategic Defense Initiative* – Стратегічна оборонна ініціатива, *Silicon Valley* – Силіконова (Кремнієва) долина, *International Intellectual Property Alliance* – Міжнародний альянс інтелектуальної власності, *Recording Industry Association of America* – Американська асоціація компаній звукозапису, *Independent Film & Television Alliance*, *International Association of Teachers of English as a Foreign Language in Ukraine* – Міжнародна асоціація вчителів англійської мови в Україні [2].

Синтаксичний рівень англіцизмів в сучасній українській мові характеризується синтаксичними конструкціями, які формуються відповідно до порядку слів в англійській мові. Використання прислівникових модифікаторів характерно для цього мовного явища. Наприклад: “*I have something to say*” – “Я маю сказати”, “*You are tough*” – “Ти – крутий”.

Кальки також можна проілюструвати аббревіатурою, словосполученнями, ідіомами, реченнями. Цей факт становить основну причину подальших досліджень та детального опису. Наприклад, на сьогоднішній день в місцевих соціальних мережах, українські ЗМІ оголосили про волевиявлення Великої Британії за *Brexit* (вихід з Європейського Союзу, 23 червня 2016 р.). Таким чином, у сфері політики з’являються все нові і нові

англіцизми, які швидкими темпами впроваджуються в українську мову, але ще не є точно перекладеними. Сюди ж можемо віднести такі складені слова як – *Brexit*, *Texit*, *NHexit* та інші. Потрібен час, щоб засвоїти та запровадити їх у словесний запас української мови.

Загалом, лексико-семантична система української мови, яка наче губка вбирає в себе слова іншомовного походження в процесі еволюції та різноманітних соціально-історичних впливів, не в змозі автоматично та механічно приймати всі накопичені запозичення. За принципом апробації, яка відбувається на початковій стадії входження англomовного запозичення до української лексичної системи, проходять і подальші апробації значень слів, їхнє розрізнення, розмежування, яка, в результаті, викликає та стимулює перебудову семантичної структури запозиченої лексики.

Розвиток семантичної самостійності слова стимулюють постійні синтагматичні зв'язки, а також співвідношення запозиченого англomовного слова з корінним. Такі зв'язки призводять до розвитку його зовнішньої та внутрішньої валентності, що виявляється у здатності:

- входити у лексичні, фразеологічні та синтаксичні сполучення;
- зв'язуватися з граматичними словотвірними морфемами;
- підлягати процесу термінізації та детермінізації.

Після таких трансформацій англomовне слово може відрізнитися від свого першорядного значення, набуваючи при цьому регулярного характеру у мові, яка запозичує дане слово. Таким чином, предметно-логічний зв'язок, який виникає між іншомовною та українською номінацією подій, явищ чи реалій може взагалі зникнути, або ж виглядати зовсім несуттєво. Можна навести приклад, спираючись на розвиток і розширення сучасних значень слів *піонер*, *вокзал*, *клуб*.

Підсумовуючи, можна підкреслити, що дослідження в області процесів асиміляції англійських запозичень в сучасній українській мові характеризуються комплексним та системним аналізом на кожному мовному рівні, зокрема на фонологічному, морфологічному, лексикологічному,

синтаксичному, семасіологічному. Думки лінгвістів щодо цього питання діаметрально протилежні. Отже, деякі з них підкреслюють, що цей потік слів не дає ніякої стійкості українській мові та порушує її мовну ідентичність, але більшість вчених, навпаки, вважають, що багато англіцизмів можуть представляти собою можливість, що дозволяє українцям спілкуватися мовою глобальної комунікації, виражати поняття, факти, ідеї, що мають міжнародний масштаб та перспективи.

Тому, саме на початкових етапах входження та трансформації англійських слів до української мови саме в процесі семантичної та формальної еволюції найбільш виразно та яскраво проявляється взаємодія української та англійської мовних систем.

З цього можна стверджувати, що процес лексико-семантичної еволюції англійських слів в українській мовній системі є найвизначнішим, порівняно із загальним процесом запозичення лексики. Лексико-семантична система мови-донора найбільше стимулює та підштовхує до розвитку або ж деградації та повного зникнення слова з лексичного складу мови, яка запозичує те чи інше слово. Різноманітні причини, які спонукають до появи лексичних запозичень в українській мові, роблять можливим та реальним проникнення майже будь-якого англійського слова до української лексики [4, с. 64-69].

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Англiцизми – це вид запозичень, зокрема слова чи фрази, запозиченi з англiйської мови в iноземну мову, тобто в українську. Англiцизми були вiдомi ще з минулих столiть, починаючи вiд появи торгово-економiчних вiдносин мiж країнами свiту та мiжкультурної комунiкацiї. Можна стверджувати, що, в основному англiцизми запозичуються в українську мову внаслiдок появи неологiзму, який позначає певний предмет чи явище, який виник нещодавно. Ми виявили, що англiкомовнi запозичення надзвичайно популярнi в українській мовi i через це набувають все нових значень та вiдтiнкiв, змiнюючи свою семантику.

На сучасному етапi розвитку наше суспiльство переживає надзвичайно iнтенсивнi та вiдчутнi змiни як в полiтичному, так i в економiчному життi. З розвитком iнтернацiональної взаємодiї, лексичний склад мови також змiнюється, iнтегрується та розширюється.

Запозичення – важлива частина мови, яка iнтегрується у сферу української лексикологiї. Їхнє входження в українську мову пояснюється тiсними зв'язками та iсторiєю нашого народу, яка формувалася протягом багатьох столiть, пiд час розвитку власної державностi, пов'язаною з рiзними культурними, соцiально-економiчними, полiтичними, мовними вiдносинами щодо iнших народностей. Таким чином, це сприяло збагаченню та змiцненню нашої рiдної мови. Лексичнi запозичення з англiйської мови почали проникати в українську набагато пiзнiше, нiж з нiмецької, латинської чи французької.

Процес лексико-семантичної еволюцiї англiйських слiв в українській мовi є найбільш значним у загальному процесi запозичення слiв. Саме лексико-семантична система мови джерела є системою, що стимулює подальший розвиток або зникнення слова з лексичного фонду мови, що запозичує.

Тому, розумiючи глибину iсторичних коренiв української мови, ми повиннi розглядати запозичення як мовну систему, яка постiйно

розвивається. Такий розвиток визначається поліфункціональними вимогами не тільки всередині України, але й у її міжнародних зв'язках.

На сьогоднішній день відомо, що більшість етимологічного складу англійської мови, а це приблизно 75 %, становлять запозичення з інших мов, які формували основу англійської лексичної системи протягом століть та епох. В більшості випадків, лексика англійської мови тісно пов'язана з іншими мовами германського походження.

Деколи досить важко встановити мову-джерело запозичення, особливо тоді, коли відбувається збіг зовнішнього вигляду лексеми та її семантичних особливостей не тільки в англійській мові, а й в німецькій, французькій, латинській тощо. При такому збігові на допомогу приходить історико-семантичний принцип аналізу слів.

Семантичний принцип полягає у дослідженні семантичних особливостей слова, оскільки так як більша частина словникового запасу англійської мови становить лексика, яка була запозичена з грецької, латинської, скандинавської, французької мов.

Історико-семантичний принцип спирається на появу слова в певній мові для роз'яснення певного поняття чи явища.

Асиміляція англіцизмів займає значне місце у загальному процесі переходу англійського слова до української лексичної системи. Англійська лексика проходить неоднаковий шлях в українській мовній системі. В основному, це визначається різною здатністю слів до процесу асиміляції, внаслідок чого запозичення гармонійно інтегруються в систему української мови. Таким чином, еволюція іншомовних слів в нову систему відбувається відповідно до законів та принципів української мови на різних рівнях від фонетичного до графічного, граматичного та семантичного.

Асиміляція носить, в першу чергу, досить важливий соціолінгвістичний характер. Це, насамперед, пов'язано зі ступенем освоєння нової лексики різними соціальними групами. Велика кількість дослідження, яка була спрямована на дослідження процесу асиміляції, довела, що

швидкість входження та використання лексики різними прошарками суспільства досить неоднакова. Більше того, рівень та характер освоєння слів різної тематики та галузей має різноплановий характер внаслідок різного інтелектуального рівня носіїв.

Трансформовані англіцизми передбачають деякі зміни в структурі запозичень задля того, щоб імітувати українські слова та словосполучення шляхом додавання деяких букв, які не існують в англійській мові, або ж здійснюється заміщення транскрибованих або транслітерованих англійських звуків на українські.

Щодо семантичної асиміляції, то в зв'язку зі збільшенням вживання кількості іншомовних запозичень, які позначають певні явища або ж поняття у мові-реципієнті, настає період, коли таке запозичення використовується для позначення понять чи явищ, які вже пристосувалися до українських реалій і стали спільними для двох націй – української та англійської спільнот. Період семантичної асиміляції відзначається значним розширенням щодо семантичного наповнення слова, яке зберігає своє перше значення та набуття словом значення, яке співвідноситься з українськими реаліями та навіть може відрізнятися за значенням свого англійського прототипу. Сама період семантичної асиміляції характеризується посиленням впливу мови-джерела на слова-відповідники в українській мові. Таке явище характерне для запозичень, оскільки англomовне слово може мати різне пояснення та отримати інтерпретацію відмінну від тієї, яка характерна для нього в мові-джерелі. В таких випадках слід звертати увагу на семантичний розвиток англійських слів, які мають два або і більше значень в українській мові. І саме ті слова, які найбільш активно запозичувались та поширювались в українській мові, найбільш яскраво виявили свою англomовну семантичну насиченість у період розпочатої зміни значень лексико-семантичної системи української мови.

## РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИЧНОГО ВАРЮВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

### 2.1. Роль запозичень у різних сферах життя українців

З того часу як Україна стала незалежною, наше суспільство було відкрите для чогось нового. Зараз ми можемо читати будь-які західні газети, книги, дивитися оригінальні фільми, і взагалі ми постійно спілкуємося та підтримуємо контакти із західними країнами різними шляхами. Таким чином, вплив англійської мови стає все більш очевидним.

Однак, англомовні запозичення, які входять в сучасну українську мову мають неоднозначний вплив на подальший розвиток системи мови. Як вже неодноразово зазначалося, серед основних переваг виділяють надзвичайно швидке збагачення мови, появу нових синонімів та популярних відповідників в лексиці. Але, існують і недоліки, які вказують на витіснення власних елементів з мови, які замінюються іноземними відповідниками. На думку мовознавця В. Радчука: "...англійські слова і звороти останнім часом активніше поповнюють наш лексикон, ніж російські; наша вимова, морфологія й синтаксис зазнають з боку англійської мови чималого впливу. Причини цього очевидні: комп'ютеризація, потяг до міжнародних стандартів ділового партнерства, до науки й освіти Заходу, передове товаровиробництво в англомовних країнах, лідерство англійської мови як міжнародної тощо. Проте чимало англіцизмів попросту витісняє з обігу питомі українські слова, а це вже мовна агресія. Шкода від неї не лише Україні – людство втрачає унікальні знаряддя пізнання світу. Знову-таки, коли лиха слава завконтори перекладається низьким рейтингом менеджера офісу, маємо приклад зміни не лише мови, а й свідомості" [58].

Звичайно, в радянський період в російській та українській мовах також існували слова англійського походження (ми вимовляли такі англійські

слова як “*girl friend*”, “*boy-friend*”, “*weekend*”, “*face*”, “*happy end*” майже так само, як це роблять носії мови).

Але тепер ми бачимо зовсім інший вплив, який надзвичайно сильно діє на нашу мову, і нові слова, які входять з англійської є всюдисущими. Більшість з них пов’язані з обчисленнями. Деякі з них використовуються без змін: “*upgrade*”, “*browser*”, “*e-mail*”, “*mailbox*”, “*provider*”, “*hacker*”, “*chat*”, “*user*” тощо.

У наш час основний сленг молоді переповнений англійськими словами. Наприклад, українські мовці використовують слова “*cool*”, “*dance*”, “*free love*” тощо. Дуже часто англіцизми використовуються в пресі, хоча є і українські слова-відповідники з тими ж самими значеннями.

Причина такої великої популярності англійської лексики полягає у престижі, в бажанні людей бути прогресивними та освіченими у тій чи іншій галузі, вирізнитися своїм “надзвичайним” модним запасом слів серед інших людей. Великої популярності англіцизми набули у політичній сфері. Так, наприклад, коли різноманітні політики включно з президентами та міністрами говорячи про особистість, обличчя, манери, образ, обов’язково вживають таке слово як *імідж*, яке вміщає в собі всі пов’язані з цією сферою уявлення. Адже більшість визначних особистостей вважає, що якщо людина говорить як усі, то багато чого може втратити. Тому, слід говорити, як говорить справжній лідер, використовуючи модну і деколи не зовсім зрозумілу для простих українців лексику. Наприклад, С. Караванський міркує над тим, що ж призводить до витіснення англіцизмами української лексики. Український народ не усвідомлює, що, використовуючи іншомовні запозичення, починає несвідомо втрачати віру у власні сили, не довіряти власній лексиці і, замість використання автентичних слів намагається використовувати замітники іншомовного походження. Беручи до уваги той факт, що в сучасних умовах навіть на вулицях досить часто можна побачити величезну кількість оголошень, переповнених англіцизмами, наприклад ось таке оголошення: “*Не знаєте як досягти успіху та **прогресу** у власній*

**кар'єрі?** Ми пропонуємо надзвичайно простий спосіб підвищення **кваліфікації** інтелектуальними способом. Відвідайте наш **фешн тренінг** та **відчуйте різницю**". Караванський пояснює це так: "Невже тут так конечно вжито слово "тренінг"? Та ж ми маємо чудове слово "вишкіл"! Невже "інтелектуальний тренінг" краще звучить ніж "інтелектуальний вишкіл"! "Інолюбці" йдуть далі: від слова *тренінг* творять важкомовний прикметник *тренінговий*: тренінгова система. Чому не вжити *вишкільна система*? Слово *вишкільний* вживає українська діаспора. То чи не краще позичати свою лексику у своєї діаспори, ніж із рук мовних посередників? Бо тренінги приходять до нас не з Америки, а з других рук – з Москви, яка сама позичає їх на стороні, а тоді вже ми інтелектуально збагачуємось. Чи може навпаки: зубожіємо? Чи ж не терпить від цього збагачення наша питома лексика? Візьмемо слово *досвід*. Бідолашне! Його та його побратима виробничий досвід сучасники живцем кладуть у могилу, вживаючи виключно високоінтелектуальне, як на їхню думку, слово *ноу-хау*, дарма, що воно для загалу незрозуміле." [51, с. 60-61]

Багато нових слів в наших слов'янських мовах пов'язані з галуззю економіки: "*coupon*", "*vaucher*", "*broker*" ("купон", "ваучер", "брокер" тощо). Економіка змінюється повсяк час, і багато англійських слів стають необхідними у використанні. Ще один цікавий факт полягає в тому, що ми можемо спостерігати такі зміни в слов'янських мовах не тільки в тих країнах, де вони є державними мовами, а й у країнах, де вони є мовами меншини. Наприклад, в США та Канаді існують великі україномовні громади.

Вони не є однорідними, оскільки існувало кілька абсолютно різних хвиль еміграції зі слов'янського світу через Атлантику. У Канаді ми можемо спостерігати так звану *Ukish* – мову українських нащадків, які створюють речення відповідно до українських граматичних правил, але більшість слів є англійського походження. Навіть люди, які приїжджають до США на короткий час, починають використовувати багато англійських слів: "*deductible*", "*landlord*", "*porch*", "*backyard*", "*deposit*", "*rent*", "*insurance*",

“*workshop*”, “*chicken*”, “*cottage cheese*” (“франшиза”, “поміщик”, “ганок”, “задній двір”, “депозит”, “орендна плата”, “страхування”, “майстерня” “курка”, “сир” тощо).

Але запозичення української мови з англійської мови в Україні і в США чи Британії є різними. Наприклад, у США слов'янські люди починають використовувати нові слова в основному тому, що для вони починають використовувати нові предмети та поняття, про які вони раніше і гадки не мали. Наприклад, у нас немає слова “*deductibles*” (“франшиза”) в Україні.

Процес запозичення іноземних слів неоднозначно впливає на розвиток нашої мови. З одного боку, її словник збагачується, але, з іншого боку, її власні елементи, які замінюються словами з аналогічним змістом, витісняються. Це негативно впливає на стан національної мови та на збереження оригінальності українського народу. Ми наведемо цитату В. Радчука: “... англійські слова поповнюють нашу лексику більш активно, ніж російська мова; наша вимова, морфологія та синтаксис відчувають значний вплив з боку англійської. Причини цього очевидні: комп'ютеризація, заклик до міжнародних стандартів ділового партнерства, до науки та освіти Заходу, виробництво товарних позицій у англійськомовних країнах, керівництво англійською мовою як міжнародною тощо. Проте зовсім небагато англіцизмів змушує конкретні українські слова не звертати уваги, і це є лінгвістичною агресією. Шкода, що це відбувається не тільки в Україні, але людство втрачає унікальні інструменти пізнання світу. Знову ж таки, коли *лиха слава завконтори* перекладається низьким рейтингом менеджера офісу (*low rating of office manager*), ми маємо приклад зміни не тільки мови, а й свідомості” [46, с. 32].

Вважається, що необхідність виникнення нових англіцизмів в українській мові значно перебільшена. Літературні праці підтверджують, що серед не дуже освічених людей є звичка хизуватися словами, незрозумілими для оточення. Зараз не лише напівінформовані селяни користуються

"престижними словами", але й вищі за рангами чиновники. Причина однакова: бажання бути на рівні модної образності, відрізнятись словами від сірих людей [51, с. 60-61].

Дійсно, явища, які простежуються протягом останніх 10-15 років, не дуже добре впливають на розвиток української мови, руйнують її національні особливості, знижують виразні та естетичні якості.

Ми не можемо сказати, що поява синонімів робить нашу мову слабкою, це навпаки – збагачує її. Ця думка правильна, хоча тут є одне "але". По-перше, потрібно проаналізувати, звідки прийшли ці запозичення. Якщо ж така тенденція виникла лише через престижність слів, то шлях такого збагачення порочний. Ми повинні піклуватися про розвиток наших власних джерел збагачення, і йти не за способом, закладеному в інших умовах. Це підтверджує нашу культурну залежність від незнайомого, не завжди доброзичливого для нас джерела [51, с 72-73].

У наш час все більшої популярності набуває ще одна тенденція. Вона прагне виключити певну частину слів з українського словника, зокрема англіцизмів, які стали його предметом, і замінити їх штучно створеними або раніше відомими словами, пристосованими до нових умов експлуатації, особливо в галузі термінології та професійної лексики (*buffer* – *буфер* – *відпружник*, *sportsman* – *спортсмен* – *спортовець*). Крім того, ці слова, як правило, не оформлені естетично відповідно до нашої мови [51, с. 42-43].

Взаємне багатство мов є одним із шляхів еволюції мов світової асоціації. Це характеризує розвиток лінгвістичних систем з найдавніших часів. Звичайно, англіцизм в українській мові не завжди може позитивно впливати на нашу лексичну систему. Лінгвістичне оформлення окремих соціальних сфер потребує серйозних заходів регулювання, включаючи сфери інформації, особливо реклами – радіо-телебачення, де можна побачити реальну лінгвістичну агресію. Ці явища, очевидно, не мають нічого спільного з взаємним багатством мов. Взаємне багатство – це процес, коли словесний

знак іншої мови природно лягає на поле поняття рідної мови, закриваючи в ньому вільну клітину.

Не можна забувати, що мова – це механізм дії, обумовлений певними законами. Мова здатна самостійно очищатись від функціонально зайвих і непотрібних речей. Час від часу це відбувається і зі словами англійського походження.

## **2.2. Функціонування англійської лексики в українському інформаційному просторі**

За даними Т. Коць, одним із найбільш помітних наслідків процесу глобалізації є кількісне зростання та якісне посилення мовних кодів [93, с. 39]. Вони мають наступні прояви: широкий спектр кодів у дискурсі, кодування, змішування та, власне, запозичення. Різновиди кодів виявляються в ряді засобів масової інформації, які одночасно використовують дві або більше мов. Наприклад, такі газети як Столичні новини та Товариші представляють матеріали як українською, так і російською мовами. Задовольняючи потреби англомовних читачів (бізнесменів, дипломатів тощо), англомовні газети, такі як The Kyiv Post, Щоденний дайджест дня, Ласкаво просимо в Україну та Українець посіли важливе місце в нашому суспільстві. Трилінгвальний журнал Президент публікується для читачів, чия рідна мова – англійська, українська чи російська. Деякі компанії представляють оголошення про вакансії англійською мовою, навіть у Росії. Українські та російськомовні газети. Згідно каталогу підписних видань підписного агентства KSS матеріали на трьох мовах (англійська, російська, українська) регулярно публікуються газетою “Авізо”, журналами “Галактика”, “Репортер”. Журнал “Економіст” публікує статті як українською, так і англійською мовами. Російсько-український діалог переривається “англійським голосом” [93, с.39-40].

Однією з форм присутності англійської мови є вживання англійської мови у численних фільмах, серіалах, мультфільмах. Навіть той факт, що різноманітні непристойності, написані англійською і, які часто можна побачити на стінах будівель доводить реалістичність мовного контакту. Різноманітні коди сприятливі для інших різновидів мовного контакту, наприклад, таке явище як перемикання коду. Це відбувається у довших або коротших текстових фрагментах, починаючи з окремих слів та синтаксичних структур і закінчуючи цілими параграфами. Найбільш значущим показником, який вказує на кодування в письмовій формі, є латинський алфавіт. Якщо мова йде про наявність окремих іноземних слів, то важливо відрізнити запозичення та кодифікації (індикатор іноземного походження в усній мові – це вимова). За словами А. Онишко, запозичення є лексичним процесом, який супроводжується морфологічною асиміляцією в рецепторній мові, тоді як перемикання кодів – це протистояння речень або фрагментів речень, внутрішньо сумісних з морфологічними та синтаксичними правилами вихідної мови [101, с. 36]. На відміну від кириличної графіки, латинська мова не в змозі взяти закінчення, які існують в українській мові [94, с. 64].

Молодіжне суспільство характеризується високою частотою переходу англо-українських кодів. Це оголошення в Києво-Могилянській академії (17.02.2005): “До уваги студентів 2 курсу! *Deadline* подачі курсових робіт - 24 лютого. Початок захисту - 29 лютого. *Good Luck!* Адміністрація. Якщо ми переведемо цей абзац на англійську мову, це звучить так: “Sophomores, please, pay attention that the deadline for the term projects is February 24. The defense date is February 29. Good luck!” Запозичення англійської мови “*Good luck*” та “*deadline*”, написані латинською графікою, вказують на часте використання цих фраз.

З огляду на короткі одиниці мовлення (слова, словосполучення), не завжди можливо визначити, чи є це випадком перемикання коду або запозичення. Такі показники як графіка, вимова та граматики іноді не дають певної відповіді. Останнім часом використовується значна кількість слів як

на українській, так і на англійській графіці. У назві статті Наталки Білоцерківської “Чи можливий український бестселер?” (Журнал – “Критика”, 1997, № 1) запозичення, які використовуються в латинській графіці, в текстах можна зустріти набагато частіше в кирилиці. Різні джерела є прикладами таких понять як *PR-кампанія* (PR - company), *fundraising* – фондрейзінг, секонд-хенд – *second-hand*.

У рекламних оголошеннях слово “*Internet*” (латинським алфавітом) часто зустрічається в позиціях, які вимагають використання *casus generalis* (називний відмінок у латинській мові), але через його іноземну орфографію вона використовується без його закінчення: “Ваш ключ до *Internet*” – “Ваш ключ до *Internet*”, “Все, що треба для життя в *Internet*”. Власні імена таких компаній як McDonald's, Sony, Motorola, Coca-Cola дали значний поштовх до розширення латинської графіки в українських текстах та значного запозичення англіцизмів. Їхні логотипи неможливо транслітерувати. Завдяки рекламним щитам та іншим засобам реклами вони стали помітним компонентом міського ландшафту, телевізійного мовлення та видавничої справи.

Починаючи з 1990-х років, можна говорити про поширеність англійських назв у мовному середовищі [58, с. 54].

Багато підприємств, заснованих в Україні, мають такі англійські назви, як “Art Line”, “Upgrade”, “Cosmopolitan”. Модно подавати англійські назви компаніям і магазинам, які можна записати як на кирилиці, так і на латині: “Бест Лайн” – “*Best Line*”, “Нью Вінд” – “*New wind*”, “Комп’ютерленд” – “*Computerland*”.

Ідеологічними супутниками деколонізації є свобода інформації, відкритість, лібералізм, європейська та, загалом, західна орієнтація. У цих пунктах значення деколонізації та глобалізації збігаються. Мовне життя в Україні негайно відреагувало на повалення ідеологічних табу з значними змінами не тільки в засобах масової інформації, але і в літературній мові [93, с. 39]. Мова різних видань набула багатьох особливостей, характерних для

колажів: “Свято Гарячого Кохання з Nescafe” (назва статті в газеті “Факти” 27.02.01, с. 11). Коли ми перекладаємо його на англійську мову, назва має такий вигляд: “The Holiday of Love with Nescafe”. Це явище широко поширюється в рекламній мові, особливо серед інтернет-провайдерів: “Connect без траблов. Цінні призи від нашого партнера он-лайн магазину”, що означає: “Підключіться без проблем”. У цьому прикладі елемент змішаної граматики використовується як засіб стилізації до мови геймерів та комп'ютерних користувачів. Англійські слова “trouble” та “on-line” використовуються в кирилиці, до того ж слово “trouble” має закінчення, яке властиве українським іменникам.

Різноманітні коди та зміна граматики властиві не лише засобам масової інформації, рекламі та розмовній мові, але й науковим, технічним і літературним матеріалам. З цієї точки зору одним з найцікавіших прикладів є журнал “Критика”. Його високоінтелектуальні статті насичені аллюзіями та цитатами.

Цей журнал завжди був відомий широким колом іншомовних запозичень, зокрема з класичних та західноєвропейських мов. За радянських часів ця тенденція слабшала, але повністю не зникла. Протягом останнього десятиліття значне число іншомовних запозичень збільшилося, переважно це стосується англійської мови. Майстерність англійської мови гарно відображається як українськими авторами, так і діаспорою. Наприклад: “... Те, що робить книжку сильною та оригінальною – ... гранична, буцімто непогамовна відкритість, *telling it like it is*, само оголення; одне слово – автобіографічність”. У цьому випадку англійський вислів “*telling it like it is*”, використовується без зміни її графіки чи сенсу, для підкреслення існуючого висловлювання [4, с. 43].

Нещодавно сформувалася стилістична мода для інтертекстуальності. Інтертекстуальність передбачає ідею про те, що жоден текст не є унікальним та оригінальним; це набір посилань та цитат з інших літературних творів, або читачі посилаються на один текст, читаючи інше [91, с. 37].

За словами Б. Ажнюка, “... отримує задоволення від самої мови, а інтертекстуальність займає одну з провідних ролей” [85, с. 50]. Інтертекстуальність виявляється як в перемиканні коду, так і в кодуванні, в першу чергу в національних кодексах, але соціальні та регіональні діалекти також враховуються.

Мода до інтертекстуальності спирається на розширення зміни мови, включаючи периферійне освоєння англійської мови [85, с. 37]. Перемикання кодів може відбуватися не тільки в газетній статті чи рекламі, але й у власних іменниках. Два приклади – група “The Вйо”, газета “Книжник огляду”. Незвичайною справою є назва шоколаду “Sweet touch”, що має таке ж значення на українській мові – “солодкий дотик”. У цьому випадку назва свого виробника використовується для рекламних цілей. Його назва “Світоч”, який на українську мову звучить точно як “солодкий дотик”. Цей метод реклами є дійсним лише в тому випадку, якщо присутнє велике коло англомовних споживачів навіть із порівняно низьким рівнем знань.

Змішування коду тісно пов’язане із перемиканнями коду. Згідно з А. Онишко [101, с. 42], перемикання коду означає перехід динаміки від однієї граматичної системи до іншої, тоді як кодемікування є гібридною формою, яка походить з різних граматики. Структурні відмінності між англійською та українською мовами, їх генетична дистанція та характер обізнаності мовою носіїв обмежують суміш цих національних кодів, навіть у тих середовищах, де вони щоденно торкалися – української діаспори англомовних країн. Але в Україні окремі елементи англійської граматики проникають у функціональні сфери української мови, насамперед у тексти, пов’язані зі сферою торгівлі, інформації, обслуговування (Інтернет, мобільний зв’язок тощо). Зокрема, розширення використання атрибутивного іменника в примові до позначеного слова є частішим явищем: “УМС-магазин” – “*UMC – shop*” (білборд біля кінотеатру “Зоряний” у Києві), “поліпшена Windows 95/98/200” – “*improved Windows 95/98/200*” (повідомлення на коробці); он-лайн-магазин – *on-line shop*, Інтернет-магазин – *Internet-shop* і т. д. Атрибутивний елемент може

залишатися в латинській графічній формі або орфографічно змінюватися, тому іноді важко накреслити чітку лінію між змішанням коду і перемиканням.

Типовим прикладом змішування коду є використання англійського закінчення –'s, ознака присвійного відмінка однини, як в назві ресторану швидкого харчування “*Rostik's*”, буквально: “ресторан, який належить Ростіку”. Там без сумніву, що українське найменування – це структурні запозичення, швидше за все, скопійовані з назви всесвітньо відомої марки McDonald's. Позитивне сприйняття реклами таке: “*Rostik's*” – українська версія ресторанів “Макдональдса” з їх сучасним стилем та сервісом. Виникнення таких мовних нововведень показує, що вплив глобалізації на мовну свідомість українців приймає певні граматичні, стилістичні та семантичні форми [99, с. 64].

Сфера лексичних запозичень широка і багата. Повністю очікуваним процесом є проникнення англійських запозичень у сучасний молодіжний сленг (*крейзуха* – *kreyzuha* – *crazy*; *хелпнути* – *helponuty* – *help*), ділове спілкування з персоналом іноземних представництв та українськими компаніями, які підтримують постійні ділові контакти з ними (*аплікація* – *aplikatsiya* – *application*; *дедлайн* – *deadline*; *кешнути* – *keshnuty* – *cash*).

Вплив глобалізації на особливості української мови можна підсумувати такими висновками [85, с. 51].

Внаслідок глобалізації значно зросла присутність та значення англійської мови в інформаційно-комунікативній сфері України. Поряд з українською та російською мовами він є рівноправним учасником боротьби за мовну свідомість та мовну активність у певних комунікативних середовищах;

- Вплив англійської мови зміщується на мовну активність (перемикання кодів), мовну свідомість і всю мовну систему.

- Більшість функціональних стилів української мови впливають на присутність англійської мови, яка відчувається на всіх його ієрархічних рівнях.

- Співіснування трьох національних кодів, їх частого перемикавання, змішування і значна інтенсивність запозичень провокують моду на інтертекстуальність, що знижує мовні норми і знижує поріг чутливості для його порушень.

- Норми мови, послаблення і дестабілізація мови, деколонізація та глобалізація дають одночасно великий поштовх до оновлення і розвитку української мови, підвищення його інформаційних ресурсів та розширення функціональної сфери.

Глобалізація – це ринкове явище. Вона не визнає сентиментальних аргументів. Під її впливом мова проходить і буде продовжувати проходити зміни. Конкурентоспроможність української мови пов'язана, перш за все, з її спроможністю реагувати на прагматичні потреби нації.

ЗМІ також відчувають цей вплив. Як згадує С. Федорець значна особливість засобів масової інформації – це швидкість комунікативної взаємодії, а це означає, що інформацію слід розуміти відразу [89, с. 51]. На відміну від написаного тексту, повторне подання усного тексту адресатом (для того, щоб зрозуміти зміст висловлювання, проконсультуватися в словнику або довіднику), як правило, неможливо. Виняткові випадки, коли один і той же текст з якоїсь причини повторюється або відтворюється в запису.

Саме тому словесний дизайн усного тексту в засобах масової інформації має бути таким, який близький до мовної компетентності очікуваного адресата, щоб він одразу отримав головну ідею. Вона включає в себе зниження мовного стандарту співрозмовника, який не може не залишити свій слід на мовному стандарті. Саме тому зловживання запозиченнями в усній пресі не має сенсу. Одержувач або не приймає інформацію, або буде неправильно її інтерпретувати. У зв'язку з цим проблема запозичень стає

дуже гострою, оскільки це може спричинити таке небажане явище для ЗМІ як втрата інформації. Це може статися через надмірне використання запозичень, які належним чином не зрозумілі носіями мови, але широко використовуються в сучасній рекламі. Потік запозичень може також досягти літературної мови через деякі соціологічні об'єкти (молодіжний сленг, IT-сленг, електронна мова та ін.).

Масовий потік запозичень, насамперед англійських, який став однією з особливостей культурно-економічної інтеграції, іноді є справжньою катастрофою. Наприклад: “Авіакомпанія “Аерофлот” з 15 травня 1998 р. ввела “рейси без паління”. Статус “non-smoking flight” отримали 13 рейсів”. Це оголошення можна перекласти на англійську мову так: “The air-company “Aeroflot” has provided non-smoking flights since May 15. Thirteen flights have got the status “non-smoking”. (ma (журнал “Аерофлот”, 1998, № 3). У цьому випадку автор копіює англійську конструкцію, точно намагаючись замінити її відповідним українським еквівалентом. Ще один приклад: “На роботу за кордон запрошують також у якості моделі, офіціантки, реєстраційні, гувернантки”. (АиФ., 1999, № 19). Ми можемо розглянути на англійській мові це речення так: “Models, waitresses, reception-service and governesses are needed for work abroad” (AiF., 1999, № 19).

Можливі негативні наслідки неприйнятних запозичень особливо помітні в усній пресі, оскільки завжди існує ймовірність того, що слухач не зможе одразу отримати всю інформацію. Як згадують лінгвісти, такі як С. Федорець та О. Місечко перенасичення мови англійськими запозиченнями є важливою соціальною та культурною проблемою [89; 99].

### **2.3. Вживання англійських запозичень в українському молодіжному сленгу**

Як стверджує Дж. Кулет, сленг – це використання неформальних слів та виразів, які не можна розглядати як стандарти, які відносяться до

діалектів, або ж розмовної лексики носіїв мови [96, с. 295]. Є багато причин для використання виразів сленгу: посилаючись на речі, які можна вважати табу, ототожнення з однолітками, бажання бути відмінним від оточуючих [96, с. 296-297]. Деякі лінгвісти мали серйозні сумніви щодо особливостей, які повинен мати вираз, щоб сприйматись як сленг. Д. Гуммон підкреслює, що існують певні критерії, в яких слова повинні відповідати сленговому потоку [92, с. 82-83]. Він стверджує, що "... це слово, ймовірно, знизить стандарт серйозної промови, будучи табу для людей з вищим соціальним статусом" (там же). Гуммон також вказує, що оратор ідентифікує себе з групою людей, використовуючи цей термін (там же, с. 83). За словами Ф. Паттона, сленг може бути визначений як різновид стандартної мови, що використовується в спокійній усній комунікації [102, с. 270]. Він вважає, що найважливішими особливостями сленгу є реферальна функція (зосереджена на темі) та експресивна функція (орієнтована на оратора та його погляди). Сленг повинен бути диференційованим з поміж інших виразних засобів, таких як зменшувальні та пестливі іменники [102, с. 271]. Існує ймовірність змішування сленгу з жаргоном, хоча вони мають різні функції [102, с. 82]. Жаргон використовується в основному під час розмови про певні проблеми в певному полі, але виключає учасників, не групових учасників з розмови такими ж способами, як і сленг.

Кожна група стикається з необхідністю закрити себе від сторонніх і, таким чином, створює сленг для приховування думок, чим величезна потреба в секретності, тим повнішим є сленг [108, с. 6]. Запозичення з іноземних мов складають значну частину сленгу, оскільки вони вже здаються сленговими (як це найчастіше використовують професійні групи та молодь, намагаючись змінити свою мову), і вони вітають сленг, перш ніж стандартна мова прийме їх. Характеристики людини, такі як конфіденційне повітря, прагнення повстати і авантюрний дух, також є сприятливим підґрунтям для використання сленгу та запозичень, які вживаються в певних колах [108, с. 7-9].

М. Адамс поділяє сленг на такі групи: сленг, який не обмежується використанням у будь-якій конкретній групі (загальний сленг), і специфічний для певної субкультури (включаючи соціальні, професійні та вікові групи) [84, с. 67]. Шлях, який використовується в обмежених групах, одночасно передає експресивність і сприяє солідарності серед членів цієї групи. Але природним явищем є поширення виразів жаргонів за межі своїх звичайних областей. Коли жаргон використовується не тільки в групі або субкультурі, яка її спочатку використовувала, цей вираз замінюється іншим, створеним за аналогією, для збереження ідентичності групи (там же, с. 84). Відповідно до Т. Нікітіної, існує різниця між сленгом та коллоквалізмами (виразами, які не використовуються у формальних розмовах та написанні) (стор. 9). Вона стверджує, що сленг є прерогативою певної соціальної групи, як підлітки, солдати, злочинці, тоді як коллоквалізм може бути використаний іноді будь-яким оратором [100, с. 10-11].

Як заявляє Є. Лапова, жаргон існував у всіх епохах, в усіх мовах та країнах [97, с. 24]. За її словами, всі верстви суспільства мають свій сленг, включаючи найбільш освічених вчених та ораторів. Але все-таки можна згадати найбільш продуктивні джерела створення сленгу: молоді люди, спортсмени та злочинці. Сленг виникає в субкультурах всередині суспільства. Будь-яка цивілізована культура ділиться на домінуючу групу і велику кількість субкультур. Значно відрізняючись від решти навколишніх, члени таких субкультур прагнуть перейменувати поняття, звичайні для більшості людей. Більшість субкультур віддають перевагу запозиченню слів із стандартної мови, а не для створення нових. Звичайно, ці запозичені елементи отримали нове значення, відмінне від їх початкового. Лінгвістичні процеси, що використовуються для формування сленгу, не сильно відрізняються від тих, що використовуються в звичайних мовах: широке вживання належить також зменшенням, метонімії та запозиченням [97, с. 31]. Висловлювання жаргоном зазвичай є засобом передачі цінностей і відносин членів певної групи. Для того, щоб одне слово було прийнято як сленгове,

воно повинно бути прийняте більшістю членів групи. Будь-яка людина може використовувати нестандартні вирази, щоб відобразити своє ставлення до навколишнього світу, але такі слова не можуть бути перенесені в категорію сленгу, якщо тільки більша кількість людей не починає використовувати ці слова [97, с. 26-27].

За словами Т. Нікітіної, сленг в основному складається з слів, які стали надто популярними для використання в обмеженій групі або області, але не прийняті в рамках стандартної мови [100, с. 14]. Це можна розглядати як транзитний міст між стандартними словами та виразами, що використовуються невеликими групами. Т. Нікітіна стверджує, що слова, які можна розглядати як сленгізми, можна розділити на кілька груп: ті, що рано чи пізно приєднуються до стандартної мови; вирази, які занадто обмежені у використанні і залишаються частиною сленгу, а також слова, які утворюють перехідну групу між сленгом та стандартною мовою, оскільки вони є занадто популярними, щоб залишатися сленгізмами, але не приймаються як звичайна мова [100, с. 18-19].

М. Адамс (2009) стверджує, що сленг має неоціненний соціальний сенс: це маркер включення та виключення з соціальних груп, конкретний лакмус оцінки людей у плані їх повсякденної соціальної взаємодії [84, с. 15]. Сленг – складне явище, оскільки воно містить біологічні, соціальні та естетичні елементи людського досвіду. Біологічний сленг залежить від когнітивних здібностей людини, сформованих соціальною взаємодією. Сленг – це не тільки лексичне явище, це весь процес, заснований на соціальних потребах і поведінці, демонстрації здатності людини до набуття та використання мови [84, с. 175-176].

За словами М. Адамса, незважаючи на те, що сленг характерний для багатьох соціальних груп, більшість людей обмежує їх використання з пріоритетами молоді [84, с. 88]. Як він згадує: “ ... сленг є найбільш помітним мовним компонентом молодіжних ідентичностей” [84, с. 91]. Старші покоління, швидше за все, не приймуть змін, включаючи мовні. З точки зору

використання мови, молоді люди зацікавлені в варіаціях, доки вони не досягли вершини підліткового віку та переходу, після чого вони повинні мати справу з широким спектром обов'язків, але в молоді роки підлітки та молоді люди витрачають багато часу на розмову та експерименти з соціальними ефектами мови. Як стверджує М. Адамс, сьогодення культура дорослої людини все більше впливає на молодіжну культуру, приймаючи настільки багато чого, що виникла в підлітковому жаргоні.

Підлітковий сленг – скрізь, поряд з підлітками, це – мода і спосіб їхнього життя. Наскільки мені відомо, це безпрецедентно, що ціла культура бере багато своїх рефлексій з молодіжним сленгом [84, с. 89].

Як згадує Є. Лапова, молоді люди піддаються соціальному тиску і демонструють природну стійкість до цього [97, с. 37]. Вони перевіряють межі влади, коли експериментують з модою, татуваннями, музикою, поведінкою та мовою. Молодь виявляє нові способи вираження себе, декларуючи власну позицію. У той же час для них важливо відчувати, що вони складають частину великої групи. Для них сленг є ознакою соціальної ідентичності, засобу для приєднання [97, с. 38-39].

На думку Ф. Паттона, головним засобом передачі експресивності в молодіжному жаргоні є використання певних суфіксів, нових утворень на основі гумористичних образів, семантичного перекладу та перемикування коду [102, с. 278-281]. Українська, як і кожна мова, має велику кількість сленгу, розмовні слова та вирази [105, с. 6]. Незважаючи на свою популярність, радянський режим намагався обмежити його використання, офіційна радянська цензура робила все можливе, щоб запобігти присутності сленгу в літературних творах, газетах та журналах. Протягом багатьох років жаргон не згадувався ні в одному зі словників, і ніяких досліджень у цій галузі не було. Отже, українська лексикографія виявляє великі прогалини в цій галузі. Перші ознаки зацікавленості у сленгу з'явилися в 1990-х роках, коли газети та журнали почали містити численні приклади молоді та злочинного сленгу. Сучасний сленг в основному складається з широко використовуваних

колоквіалізмів, кримінального жаргону, армійського жаргону, оскільки більшість людей, що працюють в армії, є молоді люди, які дійсно творчі у виробленні нових слів і виразів, а також молодіжний сленг, який став значною системою, що впливає на розвиток сучасної української мови. Молодіжний жаргон вітає всі процеси, які включають появу нових слів і виразів, багато з яких стали загальними у використанні. Останні десять років молодіжний сленг запозичив багато слів з англійської, пристосовуючи їх до правил формування українського слова. Деякі слова зберігали свої початкові значення, такі як *фейс (face)* – обличчя, *дрінкати (to drink)* – пити; інші змінювалися на різні значення: *мейкатись – maketyts'* – зробити (вийшло все правильно) [105, с. 17-21]. Все більше і більше жорстких виразів проникає в стандартну українську. Можна спостерігати таке явище, як вплив різних груп сленгу, що одночасно збільшує словниковий запас української мови.

Зростаюча кількість англійських слів у сучасному українському молодіжному жаргоні пояснюється популярністю цієї мови серед юнаків, оскільки вони бачать багато аспектів його застосування в повсякденному житті [55, с. 8-9]. Перші англійські запозичення в українському молодіжному жаргоні з'явилися приблизно двадцять років тому разом із популярністю руху хіпі. Пізніше хіпі втратили свій престиж, і число англіцизмів у лексичному складі молоді було значно скорочено. Дуже складно визначити точний час проникнення деяких лексем у молодіжний жаргон, але вони тривалий час успішно функціонують: *бег (bag)* – сумка, *ботл (bottle)* – пляшка, *піпл (people)* – люди, *флет (flat)* – квартира. Нові запозичення включають такі слова, як *байкар (biker)* – людина, яка водить мотоцикл, *дрінк (drink)* – пити, *дестрой (destroy)* – знищувати, *сейшн (session)* – сесія [5, с. 63].

Мова програмістів заслуговує на особливу увагу. Цей тип сленгу став дуже актуальним у середині 1990-х років. Він постійно доповнюється англійськими запозиченнями, створеними шляхом виведення з коренів англійського походження: *сейвнути (savenuty – to save a file)*, *сетан (setup)*,

*сканити* (scanyty – to scan), *прінтонутити* (printonuty – to print), *софта* (softa – software). Комп'ютерний сленг змінюється з такою ж швидкістю, що й самі комп'ютерні технології [5, с. 64].

В. Шляхов згадує, що сленг в основному використовується молодими людьми, які живуть у міських районах, які більше піддаються впливу американської культури, мають постійний доступ до Інтернету, музику та нові тенденції, на відміну від своїх сільських однолітків [105, с.14].

Одна з російських дослідниць, Є. Г. Борисова-Лукашенець запропонувала означувати англіцизми в українському молодіжному жаргоні як один із способів спілкування та передавання інформації у певній замкнутій групі, яка має спільні інтереси.

У сленговому спілкуванні сучасної української молоді не важко помітити слова англійського походження, які використовуються постійно, на противагу іншим, які знаходяться на периферії, тобто коли людина розуміє значення тієї чи іншої лексеми, але сама ж її не використовує у повсякденному житті. Під час невимушеної розмови англіцизми розцінюються як певний контраст, незвичайним вкрапленням з різноманітним семантичним забарвленням, експресивністю, яка вирізняється на фоні простої буденної лексики.

У ході нашого дослідження з'ясувалося, що більша частина української молоді у своєму повсякденному спілкуванні використовує такі поширені англіцизми як: *герл* – з англ. *дівчина*, а також це слово набуло значення *привабливої особи*; *сейшн концерт і вечірка*, а також набуло такого нового значення як *сесія*; *пати* – *вечірка* або ж *забава*, означає не тільки вечірню подію. Також популярності набувають прикметники: *драйвовий* – з англ. *drive* – тенісний удар, що надає м'ячу обертання в напрямі польоту, заганяти, забивати (в щось), в українській мові набуло значення “чудовий, яскравий, крутий”, *о'кейний* – з англ. *okey* (добре, так), відображає згоду, підходящий, *суперний* – з англ. *super*, тобто “чудово”, хоча в англійській мові

це слово змінило своє семантичне значення, прийшовши з латини, яке означало “зверху, над”.

Варто зазначити, що лише обмежена кількість сленгу відображає власне фонетичну систему англійських відповідників: *крейзі* – з англ. *crazy* – шибайголова, несамовитий, навіжений, *пати*– з англ. *party* – вечірка і т. д., у свою чергу, більшість таких слів відображає скоріше за все звукову форму англійських відповідників: *вімен* – з англ. *woman* – жінка, *супер* – з англ. *super* – чудово.

Відповідно до цього за значенням усі жаргонізми виділяють у кілька тематичних груп:

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
<b>Слова, які позначають предмети побуту, одягу та взуття</b>	<b>Шузи</b> – 1) черевики стиляг на високій підшві, радянський аналог “шувов” – так звана “манна каша” – на радянські черевики наклеювався за формою товстий шматок пластмаси [67].	<b>Shoes</b> – 1) туфлі, 2) черевики.
	<b>Буци</b> – 1) футбольне взуття з шипами на підшві [8].	<b>Boots</b> – 1) зимове взуття.
	<b>Найки</b> – взуття фірми “Nike” [8].	<b>Nike</b> – американська компанія, яка є всесвітньовідомою завдяки виробленню якісного спортивного одягу та взуття.
	<b>Боді</b> – вид одягу, який прилягає до тіла [8].	<b>Body</b> – тіло.

	<i>Гріндери</i> – важке взуття з товстою підошвою [8].	<i>Grinders</i> – шліфувальні станки, англійська фірма по виробництву молодіжного взуття, походить від <i>grind</i> – молоти, точити.
	<i>Топік</i> – 1) вид верхнього одягу, 2) коротка (вище талії) майка або блузка [66, с. 578].	<i>Topic</i> – 1) тема, <i>top</i> – вершина.
	<i>Банани</i> – 1) брюки або ж штани, завужені до низу, за формою схожі на бананію [66, с. 71].	<i>Bananas</i> – 1) високі трав'янисті, тропічні і субтропічні рослини з великим листям і жовтуватими довгастими плодами, зібраними в брость.
<b>Слова, які позначають продукти харчування</b>	<i>Лайт ті</i> – 1) несильно заварений чай.	<i>Light</i> – 1) легкий, 2) летячий.
	<i>Фаст - фуд</i> – 1) їжа масового виробництва, де час приготування та подачі значно зменшений [8].	<i>Fast food</i> – 1) швидка їжа.

	<b>Чипси</b> – 1) хрусткі шматочки підсмаженої картоплі, а також деяких інших овочів та фруктів [66, с. 649].	<b>Chips</b> – 1) луска, тріска.
	<b>Шот</b> – 1) алкогольний коктейль, напій.	<b>Shot</b> – 1) постріл(shot-drink), 2) стріляючий.
<b>Назви людей, відповідно до віку, статі тощо</b>	<b>Бой</b> – 1) хлопчик, 2) хлопчик-розсильник у готелі, на пароплаві, 3) слуга-тубілець у колоніях [66, с. 87].	<b>Boy</b> – 1) хлопчик, 2) молода людина.
	<b>Грід гьорли</b> – 1) дівчата, молоді жінки, що тримають парасольки над гонщиками, щоб захистити їх від сонця на стартовій прямій. Термін використовується в професійних мотогонках протягом багатьох років [8].	<b>Grid girl</b> (дослівно з англійської: “Grid” – сітка, “girl” – дівчина.
	<b>Бейби</b> – 1) маленька дурненька дівчинка з великими щоками, 2) мила, гарна дівчина [67].	<b>Baby</b> – 1) дитина, 2) гарна дівчина.
	<b>Пінл</b> – 1) людина, одна із самоназв хіппі, учасник молодіжного неформального руху хіпі (аура руху), 2) компанія, тусовка, 3) звертання до незнайомої або ж малознайомої особи, значення людей загалом [67].	<b>People</b> – 1) люди.
<b>За родинними</b>	<b>Олди</b> – 1) батьки, 2) старигани [62].	<b>Old</b> – 1) старий, 2) древній, німецький.

<b>зв'язками</b>	<b>Френд</b> – 1) друг, близька людина, <i>відфрендити</i> – виключити зі списку друзів в “Фейсбук” та інших соціальних мережах [8].	<b>Friend</b> – 1) друг, подруга.
<b>За професією</b>	<b>Сек'юриті</b> – 1) охоронець, 2) служба безпеки [76].	<b>Security</b> – 1) безпека, надійність, 2) захист.
	<b>Ді-джей</b> – 1) виконавець дисків, 2) ведучий на дискотеках [8].	<b>DJ</b> – 1) людина, яка представляє та програє вже записану музику на радіо чи дискотеках.
	<b>Пі-джей</b> – 1) це хлопці або дівчата (часто працюють у парі), які мають гарну пластику й привабливу зовнішність. Вони танцюють у нічних клубах, розігриваючи публіку – біля жердини, на барній стійці [8].	<b>PJ</b> – 1) певний жарт, 2) дешевий алкогольний напій.
	<b>Боді гард</b> – 1) тіло охоронець, особиста охорона [67].	<b>Bodyguard</b> – ( <i>body</i> – тіло, <i>guard</i> – охоронець) – 1) людина або ж група людей, чия робота охороняти інших від нападу.

<p><b>Адмін</b> – 1) людина, яка має доступ до комп'ютерної мережі та керує нею, або інтернет-сервісом чи сайтом [67].</p>	<p><b>Admin</b> – (скорочено від <i>administration</i>) – 1) дії, які спрямовані на управління та організацію якоїсь справи, бізнесу чи іншого виду роботи.</p>
<p><b>Тьютор</b> – 1) особа, що веде індивідуальні або групові заняття із учнями, студентами, 2) репетитор, наставник, 3) в університетах <i>тьютори</i> – помічники викладача, здебільшого аспіранти або старші студенти, 4) ключова фігура в дистанційному навчанні, що відповідає за проведення занять зі студентами [8].</p>	<p><b>Tutor</b> – 1) викладач, вчитель.</p>
<p><b>Мерджер</b> – 1) об'єднання двох або кількох підприємств шляхом прямого придбання одним з них чистих активів інших без утворення нового підприємства [66, с. 351].</p>	<p><b>Merger</b> – 1) поглинання, злиття.</p>
<p><b>Піарник</b> – 1) людина, яка має зв'язки з громадкістю, 2) спеціаліст, що займається формуванням і підтримкою позитивної громадської думки про компанію, персону (людину), продукт (товар), подію.</p>	<p><b>Pr - manager</b> – 1) спеціаліст по зв'язкам з громадськістю.</p>

	<b>Файндрайзер</b> – 1) спеціаліст по залученню коштів [8].	<b>Fundraiser</b> – 1) людина або подія, яка організовується спеціально для зібрання коштів на певну потребу, особливо популярна при благодійних заходах.
<b>За расовою та національною приналежністю</b>	<b>Негр</b> – 1) людина афро-американського походження, негроїдної раси, 2) творчий спеціаліст, який анонімно та безправно працює на іншу людину [8].	<b>Negro</b> – 1) чорний, темний колір, 2) мавр.
	<b>Азер, айзер</b> – 1) зневажливе звернення до азербайджанця, кавказця [67].	<b>Azerbaijan</b> – 1) країна на північному сході Європи
	<b>Раши</b> – 1) назва Російської федерації у зневажливому значенні, іронія, сарказм [8].	<b>Russia</b> – 1) країна, яка знаходиться в східній Європі та на півночі Азії

Як бачимо, серед слів сленгу слова, які позначають предмети одягу, взуття а також напої, українські запозичення мають подвійну форму множини, що є надзвичайно поширеним у наш час.

Таким чином, слід відмітити, що досить велика кількість слів розширила своє семантичне значення в українській мові, а інша – навпаки звузила коло своїх значень. Серед лексики, яка розширила своє значення

можна назвати такі слова як: *шузи, боді, банани, бой, бейбі, піпл, тьютор, мерчик, піарник, нігер, Раша* тощо. Серед слів, які навпаки звузили своє семантичне значення можна виділити такі слова як: *бодігард, фацндрайзер* тощо.

Також нерідко запозичення набувають зовсім нових значень, а потім набувають ще і того значення, яке раніше не використовувалося при позначенні певного поняття чи явища в англійській мові.

Варто зазначити, що такі лексеми нерідко зустрічаються і серед прикметників: *хітовий* – з англ. *hit* – успіх, удача, в українській мові набуло значення *популярна пісня, виконавець*; *даун* – з англ. *Down* – англійське прізвище вченого, також може означати “*той, який живе на пагорбі*”, “*темний*”, “*смуглий*”, в українській мові це слово значно змінилось за своєю семантикою і применшило кількість значень. В основному слово *даун* позначає людину, яка є психічно відсталою, в певному сенсі має образливий сенс *дурна, нерозумна особа*.

Саме такі запозичені лексеми входять до системи української лексики, створюючи при цьому нові слова за типом українських письменників та прислівників. Не менш поширеним мовознавці називають і словотвір: “іменник-прикметник”: *олди-олдовий* (в українському словнику ці слова визначають поняття батьки – старий, досвідчений) та “іменник-дієслово”: *голівуд – голівудити* (з англ. слово означає – *священний ліс* ( регіон поблизу Лос – Анжелеса, а в українській мові це слово набуло значення – *місце відпочинку – відпочивати*) [64].

Отже, можна стверджувати, що англомовні запозичення відіграють важливу роль у процесі поповнення словникового запасу сучасної молоді. Запозичення з англійської мови відбуваються постійно, відображаючи нові події та реалії життя [81, с. 15-17].

Важливого значення у сучасній українській мові набули так звані вигуки, які також почали стрімко запозичуватися і склали вагому частину нашого словника.

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
<b>Вигуки, привітання, вітання та прощання</b>	<i>Хай</i> – 1) привіт, вживається також просто як вигук, 2) у значенні – <i>так і бути, гаразд, добре, домовились</i> [1].	<i>Hi</i> – 1) привіт.
	<i>Бай</i> – 1) до зустрічі, 2) привіт, 3) багатій, великий землевласник, лихвар у Середній Азії, Казахстані, на Алтаї і почасті Кавказі [66, с. 69].	<i>Bye</i> – 1) до побачення.
<b>Вираження згоди або відмова</b>	<i>Ван сек</i> – 1) у значенні зачекай, 2) ще хвилинку.	<i>One second</i> – 1) одна секунда
	<i>Кам бек</i> – 1) повернення, переверот гри на користь команди, яка відстає (спорт).	<i>Come back</i> – 1) прохання повернутись.
	<i>Піс (вам)</i> – 1) мир усім, може виражати значення <i>безпечна від пвв зона, де неможливо вбивство одних персонажів іншими</i> (жаргон геймерів) .	<i>Peace</i> – 1) мир.
	<i>Сюрпрайз</i> – 1) приємна несподіванка, 2) несподіваний подарунок [66, с. 560].	<i>Surprise</i> – 1) дивувати, вражати.
	<i>Окей</i> – 1) все добре, все в порядку, 2) виражає згоду [8].	<i>Okey</i> – 1) добре, 2) домовились.
	<i>Норм</i> – 1) все добре, все в порядку, все нормально [66, с. 393].	<i>Norm</i> – 1) норма, правило.

<b>Вираження ступеня задоволення</b>	<b>Супер</b> – 1) прекрасно, оцінка ситуації з дуже гарної сторони, також може служити як префікс, який означає <i>зверхність, найвищу міру якості, посилену дію</i> . Наприклад: <i>супермодернізм, суперкомп'ютер, супертанкер</i> [66, с. 556].	<b>Supper</b> – 1) класний, суперовий, кльовий.
	<b>Файн</b> – 1) чудово, нормально, 2) підходящий.	<b>Fine</b> – 1) тонкий, 2) чудовий, прекрасний, 3) штрафувати, 4) штраф.
	<b>Кул</b> – 1) чудовий, хороший [63].	<b>Cool</b> – 1) прохолодний, свіжий, індиферентний, [53].
	<b>Крейзі</b> – 1) незвичний, особливий, кльовий, 2) має значення <i>психіатричної лікарні</i> [76].	<b>Crazy</b> – 1) несповна розуму, 2) дикий [53].

На думку А. Воскресенської, всі ці англіцизми широко використовуються в повсякденному житті.

Надзвичайно яскравим прикладом такого сленгу є спілкування сучасної молоді в чатах, форумах і т. д. Наприклад, *Хай, як воно* чи *Хенні Бьоздей! Всього тобі найкращого* [56].

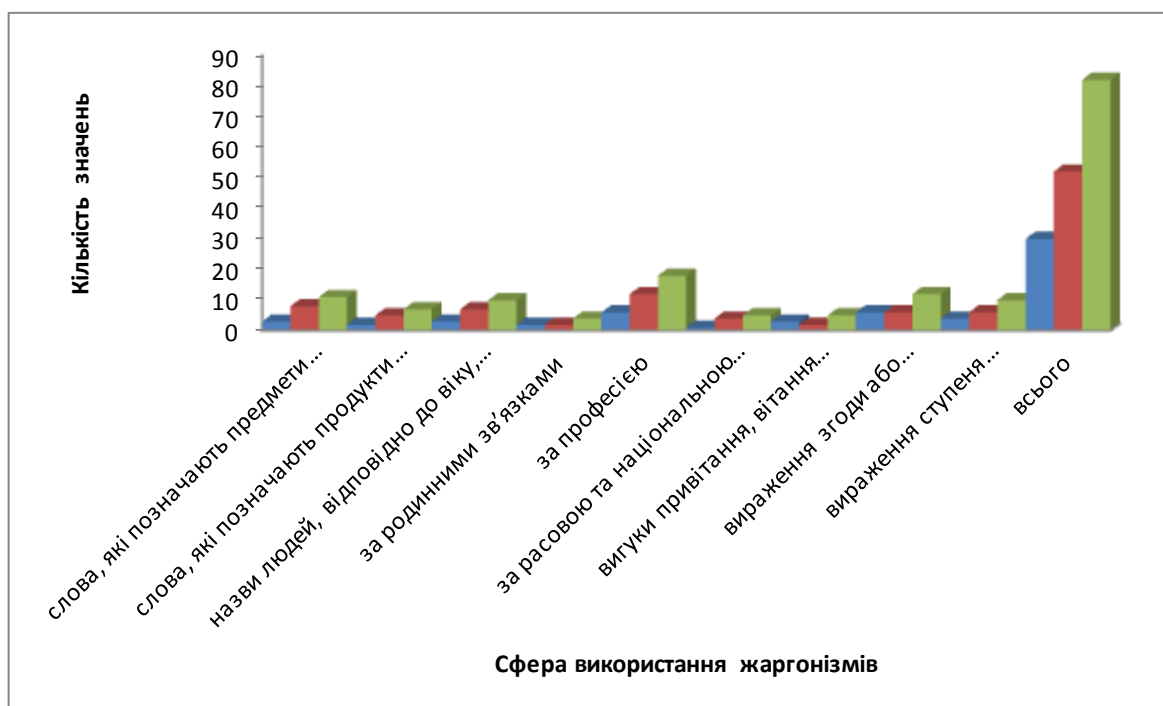
Тому, як ми можемо побачити, більшість) таких сленгових слів набувають нових значень в українській мові, тобто розширюють свою семантику, а деякі – навпаки звужують.

На підставі наших досліджень, можемо сформулювати таблицю варіативної складової значень в англійській мові запозичень у сфері жаргонізмів:

**Варіативна складова значень в англomовних запозиченнях, які входять до сфери жаргонізмів**

Сфера використання: жаргонізми	Варіативна складова		Загальна кількість значень
	Кількість значень, які збігаються	Кількість значень, які відрізняються	
<b>1) слова, які позначають предмети побуту, одягу та взуття</b>	3 (28%)	8 (72 %)	11 (100%)
<b>2) слова, які позначають продукти харчування</b>	2 (28,5%)	5 (71,4%)	7 (100%)
<b>3) назви людей, відповідно до віку, статі тощо</b>	3 (30%)	7 (70%)	10 (100%)
<b>4) за родинними зв'язками</b>	2 (50%)	2 (50%)	4 (100%)
<b>5) за професією</b>	6 (33,3)	12 (66,7%)	18 (100%)
<b>6) за расовою та національною приналежністю</b>	1 (20%)	4 (80%)	5 (100%)
<b>7) вигуки привітання, вітання та прощання</b>	3 (60%)	2 (40%)	5 (100%)
<b>8) вираження згоди або відмова</b>	6 (50%)	6 (50%)	12 (100%)
<b>9) вираження ступеня задоволення</b>	4 (40%)	6 (60%)	10 (100%)
<b>всього</b>	30 (36,5%)	52 (63,5%)	82 (100%)

Діаграма до Таблиці 1



Таким чином, найбільша кількість значень серед жаргонізмів належить до сфери професій і складає 18 значень, серед яких 66,7% значень, які відрізняються і 33,3 % значень, які збігаються. Серед слів, які позначають предмети побуту, одягу та взуття 72 % значень, які відрізняються і 28 % значень, які збігаються. Слова, які позначають продукти харчування виявили значні розбіжності у значення, що у відсотковому відношенні становить 71,4%, більше того, така тенденція спостерігається і у слів, які позначають назви людей, відповідно до віку, статі (70% розбіжностей). Хоча, найбільше розбіжностей у значеннях було виявлено у лексиці, яка відображає расову та національну приналежність – 80 % значень, які відрізняються.

Однак, ми виявили, що деякі слова можуть мати однакову кількість значень, які збігаються і відрізняються. Виходячи з цього, лексика, яка позначає родинні зв'язки, та слова, які виражають згоду або ж відмову містять 50 % значень, які збігаються і 50 % значень, які відрізняються.

Таким чином, загальні кількість значень серед жаргонізмів складає 82 (100%), де 52 значення (63,5%) відрізняються, а 30 (36,5%) – збігаються. Тому, можемо зробити висновок, що серед жаргонізмів спостерігається

тенденція до семантичного варіювання англомовних запозичень та значної зміни їхнього значення.

#### 2.4. Англійські запозичення у культурній сфері української мови

Культурна сфера української мови також досить багата на англомовні запозичення, які значно розширюють кругозір українців, доповнюючи їх словниковий запас новими, цікавими та популярними словами, які стають поширеними у всьому світі. Незважаючи на це, англіцизми проходять ряд змін, які, у свою чергу відображаються на їх семантиці та набувають значень, які різняться від значення у мові-донорі.

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
Культурна сфера Різноманітні стилі музики та субкультури	<i>Попса</i> – 1) загальна назва модних, популярних пісень та дисків, звичайно невисокого художнього рівня [66, с. 453].	<i>Pops</i> – 1) естрадний, модний, популярний.
	<i>Драм-енд-бейс</i> – 1) напрямок електронної музики, що виділився у середині 1990-х років. Характеризується швидким темпом, синкопованою партією ударних та глибоким басом [8].	<i>Dram and Bass</i> – дослівно – “барабан” та “бас”.
	<i>Транс</i> — 1) напрямок електронної музики, що з'явився в 1990-х роках у Німеччині; 2) стан екстазу [66, с. 582].	<i>Trance music</i> — 1) електронна музика.

<p><b>Тіктонік</b> – 1) електроданс; танцювальний рух початку ХХІ століття, що містить у собі елементи електро, хіп-хопу, локінга, попінга і техно [8].</p>	<p><b>Tictonic</b> – 1) тектонічний, 2) архітектурний.</p>
<p><b>Хард-рок</b> – 1) жанр рок-музики, один із напрямів класичного року [63].</p>	<p><b>Hard Rock</b> – 1) жорсткий рок, 2) тяжкий.</p>
<p><b>Джангл</b> – 1) жанр електронної музики, який включає в собі вплив інших жанрів, таких як брейкбіт – хардкор та реггі/даб/денсхол [67].</p> <p><b>Андер Граунд</b> – 1) термін на позначення культури, альтернативної до офіційної і яка не підтримується засобами масової інформації та/або це творчість осіб або груп, яка суперечить ustalеним філософським, етичним, естетичним кодам соціуму й скеровується на самовираження [8].</p> <p><b>Еммо</b> – 1) молодіжна субкультура, яка утворилась на базі прибічників однойменного музичного жанру та утворила новий жанр скримо [8].</p> <p><b>Пати</b> – 1) вечірка, забава, балух, 2) компанія, прийом гостей, 3) званий вечір [67].</p>	<p><b>Djungle</b> – 1) напрям в музиці, 2) джунглі.</p> <p><b>Under Ground</b> – 1) під землею, 2) метро, 3) напрям у субкультурі.</p> <p><b>Emmo</b> – 1) від <i>emotional</i> – емоційний.</p> <p><b>Party</b> – 1) вечірка, зустріч людей, 2) організація людей з особливими політичними переконаннями, які конкурують на виборах, щоб намагатися виграти позиції у місцевому або національному</p>

**Видовищні  
заходи,  
концерти**

<p><b>Сейшн</b> – 1) сесія (час здачі екзаменів), 2) маленький концерт на квартирі чи в клубі, вечірка, 3) раніше – використовувалося у значенні “улюблене місце для збору компанії” [67].</p> <p><b>Денс</b> – 1) дискотека.</p> <p><b>Диско</b> – 1) жанр танцювальної музики, що виник на початку 1970-х [28].</p> <p><b>Фест</b> – 1) фестиваль [67].</p> <p><b>Батл</b> – 1) танцювальне змагання між учасниками для виявлення найсильнішого з них [76].</p> <p><b>Корпоратив</b> – 1) робоча вечірка, 2) забава [66, с. 300].</p> <p><b>Римейк</b> – 1) випуск нової продукції з використанням ідей, які використовувалися раніше, 2) повторний випуск товару, 3) нова версія, 4) удосконалення [66, с. 503].</p> <p><b>Фентазі</b> – 1) літературний жанр фантастичної літератури, дія якого відбувається у вигаданому світі, де чудеса і вигадка нашого світу є реальністю [8].</p>	<p>уряді</p> <p><b>Session</b> – 1) подія, захід, засідання, 2) офіційна зустріч або серія зустрічей такої організації, як парламент чи суд.</p> <p><b>Dance</b> – 1) танцювати, рухатись швидко.</p> <p><b>Disko</b> – 1) жанр музики, 2) захід, де люди танцюють сучасну записану музику для розваг, або місце, де це часто трапляється.</p> <p><b>Fest</b> – 1) шоу, 2) фестиваль.</p> <p><b>Battle</b> – 1) змагання, 2) бій між збройними силами.</p> <p><b>To corporate</b> – 1) збиратися великою компанією.</p> <p><b>Remake</b> – 1) переробка.</p> <p><b>Fantasy</b> – 1) приємна ситуація, що вам подобається думати про, але навряд чи станеться, або активність уявити собі подібне; 2) літературний жанр.</p>
---	---

**Кіно, музика,  
мода,  
телебачення**

<p><b>Промоутер</b> – 1) особа, яка сприяє організації якого-небудь заходу (спортивних змагань, зйомок кінофільму тощо) шляхом залучення інвесторів, спонсорів, просуванню товарів, стимулювання збуту продукції [66, с. 466].</p>	<p><b>Promoter</b> – 1) той хто сприяє.</p>
<p><b>Продюсер</b> – 1) особа, яка організовує виробництво кінофільму, виконує ідейно-художній та організаційно-фінансовий контроль за продукцією кіно- або телекомпанії, 2) власник кіностудії [66, с. 464].</p>	<p><b>Producer</b> – 1) компанія, країна або особа, яка робить речі, як правило, для продажу, 2) речі вироблені промисловим процесом або вирощені або отримані з землі.</p>
<p><b>Бренд</b> – 1) широковідома торгова марка, яка стала дуже популярною [30].</p>	<p><b>Brand</b> – 1) розжарений палаючий предмет, 2) вугілля, 3) смолоскип, 4) клеймо.</p>
<p><b>Ліцензія</b> – 1) дозвіл, що надається державним органом на право ввозу товару з-за кордону й вивозу їх за кордон, 2) надання власникові права (патенту), використовувати документацію і запатентований винахід [66, с. 326].</p>	<p><b>Licence</b> – 1) офіційний документ, який дає вам право володіти, робити або використовувати щось, як правило, після того, як ви заплатили гроші та / або взяли тест, 2) дозвіл або свобода робити те, що ви хочете.</p>

Наступна група слів дуже часто використовується в повсякденному житті. Найчастіше це лексика з телебачення, реклами і т.д. Наприклад: *А ти вже спробував новий айс-мі?*. Також сюди відноситься реклама в

молодіжних журналах та газетах: *Тільки по середах знижки на лонги і шоти* для студентів НАУ в нічному клубі “Форсаж” [79].

Наведені приклади англіцизмів пов’язані з молодіжною сучасною музичною культурою, яка популяризується через засоби масової інформації, кіно, театр, шоу-бізнес. Наприклад: *Вчора пройшов показ Андре Тана на Юкрейніан Фешн Вік* [новини].

До сучасних запозичених лексем належить слово *промоутер*, що походить від англ. *promoter* – той, хто сприяє, але в українській мові набуло значення – *особа, яка сприяє організації якого-небудь заходу (спортивних змагань, зйомок кіно-фільму тощо) шляхом залучення інвесторів, спонсорів, просуванню товару на ринку, стимулюванню збуту продукції* [66, с. 466].

Наприклад слово *продюсер* в українську сферу вжитку ввійшло ще раніше. На даному етапі розвитку української лексичної системи це слово дещо змінило своє первісне значення, що дало змогу розглянути цю лексему в новому статусі. Словник надає таке значення – “*продюсер* (англ. *producer*, від лат. *producto* – виробляю, створюю) – в кінематографії капіталістичних країн – довірена особа кінокомпанії, яка здійснює ідейно-художній та організаційно-фінансовий контроль над створенням фільму” [65, с.683].

Інше пояснення цього ж слова, яке було зафіксоване трішки пізніше має певні відмінності від попереднього – “*продюсер* (англ. *producer* від лат. *producto* виробляю) – особа, яка організує виробництво кінофільму, виконує ідейно-художній та організаційно фінансовий контроль за продукцією кіно-або телекомпанії, власник кіностудії” [66, с. 464].

Таким чином, деякі семантичні особливості даного слова були втрачені, наприклад значення “властивий кінематографії капіталістичних країн”, а також значення “довірена особа”, на противагу цьому до семантики цього слова було включено “кінофільм”, “телекомпанія”, та “власник кіностудії”. Тому, слово *producer* вважається полісемічним. Тобто, має такі значення: “*producer* – 1. Особа, компанія чи країна, яка виробляє товари, продукти чи матеріали (Англія є виробником (*producer*) високоякісної вовни).

2. Особа, яка здійснює загальний контроль за підготовкою п'єси, фільму чи телепрограми, яка, однак, не керує акторами (Нед був продюсером новин на 7-му каналі якийсь час)” [98, с. 1125].

Вперше коли це слово з'явилося на українському лексичному ґрунті воно було відображене як екзотизм, тобто щось незвичне та нове (“професія, поширена в капіталістичних країнах”), то з часом ця лексема почала позначати цілком реальні події з українського життя, зокрема зі сфери шоубізнесу.

З-поміж сучасних запозичених англіцизмів все більшої популярності набирають слова, пов'язані зі сфераю кіно та відеопродукції. Серед них можемо розглянути такі лексеми як *блокбастер*, *екшн*, *сиквел*, *римейк*, *трилер*, *хорор*, *вест* та т. п.. Наприклад, лексема *римейк* (англ. *retake* – переробка) – 1) випуск нової продукції з використанням ідей, які зустрічалися раніше, наприклад, дизайну; 2) повторний випуск товару, наприклад, перевидання книги, нова версія кінофільму [66, с. 503]; *блокбастер* (англ. *blockbuster*) – книга чи фільм, які дуже хороші або успішні [66, с. 126]; *сиквел* (англ. *sequel*) – книга, фільм, п'єса тощо, які продовжують розповідь попередніх книг, фільмів, п'єс, зазвичай написаних або зроблених тією ж самою особою; *екшн* (англ. *action* – дія) – жанр у кінематографії, побудований на показі постійної активності героя, його активних дій. Дані англіцизми спочатку використовувалися тільки тоді, коли потрібно було вказати на іноземну відеопродукцію та фільми, серіали, п'єси, книги загалом, відображаючи таким чином незвичність та екзотичність цих закордонних понять. Однак, період глобалізації та масштабного розвитку популяризував більшість англомовних лексем, внаслідок чого вони активно засвоїлися українською мовою, а значення таких слів почало відображати пізніше і українські реалії, також включаючи вітчизняні книги, фільми та серіали.

Варто відзначити, що таке запозичення як *екшн* перейшло в українську мову ще з початку ХХ століття, однак, почало популяризуватися, набувши при цьому іншого значення у складі таких лексем як *екшн-арт* та *екшн-*

*пейнтинг* (англ. *action* – дія, *art* – мистецтво, *painting* – живопис), що відображало поняття абстрактного мистецтва [65, с. 296].

Також величезна кількість однотипних подібних запозичень була утворена за допомогою морфеми – *шоу*. Серед них можемо виділити такі слова як: *дог-шоу*, *ток-шоу*, *реаліті-шоу*, *детектив-шоу* (від англ. *talk show*, *reality show*, *dog show*, *pop show*, *detective show*, etc.), які ввійшли в українську мову зовсім з неактуальними або ж з невідомими раніше поняттями. Такі лексеми позначають різноманітні розважальні телевізійні програми за аналогією до американських та англійських реалій.

Не слід оминати увагою і запозичення, які приходять зі сфери шоу-бізнесу. Як бачимо, різноманітні лексеми, які запозичуються до української мови на новітньому етапі розвитку приносять і свої певні реалії саме тоді, коли в українській лексичній системі немає відповідника (*гламур*, *брейн-ринг*, *реаліті-шоу*). Однак, це не обмежує можливості мовців та не дає гарантії того, що такий відповідник не буде створений носіями мови в майбутньому. В більшості випадків, як показує практика, іноземне слово може з легкістю бути заміненим власним оригінальним словом. Але задля привертання уваги, залучення нової аудиторії, рекламування та маркетингу обирається саме чужомовна лексема (наприклад, така лексема як *найкращий час* у сучасному світі все частіше замінюється на англіцизм *пройм-тайм*, а *перше місце* на *пройм-рейт*, *керівник телекомпанії* має такий відповідник як *телебос*, а багатосерійний фільм переноситься на *серіал* тощо.

## **2.5. Англomовна лексика у сфері комп'ютерних технологій**

У сучасному світі англomовна лексика надзвичайно поширена саме у сфері комп'ютерних технологій, мереж, сайтів та програмного забезпечення. Тому, слід відзначити, що надзвичайно велика кількість іншомовної лексики ввійшла саме до складу української мови та набула інших значень.

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
<b>Комп'ютерні технології</b>	<b>Ноутбук</b> – 1) портативний персональний комп'ютер, в корпусі якого об'єднані типові компоненти ПК, включаючи дисплей, клавіатуру і вказівний пристрій (звичайно сенсорна панель або тачпад), а також акумуляторні батареї [31].	<b>Notebook</b> – 1) блокнот, 2) блокнотний ПК.
	<b>Лентон</b> – 1) альтернативна назва портативного ПК [8].	<b>Laptop</b> – 1) комп'ютер, який досить малий, щоб легко перевозитись і закритий, рівномірний, дослівно – <i>lap</i> – коліно, <i>top</i> – верх.
	<b>Сервер</b> – 1) апаратно-програмний вузол у локальних комп'ютерних мережах, який керує рештою вузлів у мережі, 2) у тенісі та деяких інших спортивних іграх, гравець, який вводить м'яч у гру [66, с. 521].	<b>Server</b> – 1) центральний комп'ютер, з якого інші комп'ютери отримують інформацію, 2) велика ложка, яка використовується для продуктів харчування; людина, яка подає їжу в ресторані.
	<b>Браузер</b> – 1) програмне забезпечення для комп'ютера або іншого електронного пристрою, як правило, під'єданого до Інтернету, що дає можливість користувачеві взаємодіяти з текстом, малюнками або іншою інформацією на гіпертекстовій веб-сторінці [8].	<b>Browser</b> – 1) комп'ютерна програма, яка дозволяє вам читати інформацію в Інтернеті, 2) особа, яка переглядає книги чи інші речі в Інтернеті, з метою покупки.

<p><b>Портал</b> – 1) інформаційний ресурс в Інтернеті, 2) архітектурно-виділений на фасаді вхід у великий будинок; частина металевої конструкції або машинної станини П-подібної форми [8].</p>	<p><b>Portal</b> – 1) сторінка в Інтернеті, яка дозволяє людям отримувати корисну інформацію, таку як новини та погода, а також знаходити інші веб-сайти, 2) великий, часто надзвичайно прикрашений вхід до будівлі.</p>
<p><b>Монітор</b> – 1) частина обладнання комп'ютера, призначена для візуального відображення інформації, 2) броньований військовий корабель з потужною артилерією, 3) в приладах контролю за параметрами [66, с.368].</p>	<p><b>Monitor</b> – 1) екран комп'ютера або пристрій з екраном, на якому можуть бути показані слова чи зображення, 2) машина, що регулярно щось перевіряє, 3) дитина у школі, яка виконує певні доручення; людина, яка має спостерігати за кимось або чимось.</p>
<p><b>Інтерфейс</b> – 1) це сукупність засобів, за допомогою яких користувач взаємодіє з веб-сайтом або веб-застосунком через браузер [76].</p>	<p><b>Interface</b> – 1) поверхня розділу, 2) перегородка, 3) спосіб передачі інформації користувачеві на екран комп'ютера, мобільного телефону.</p>
<p><b>Драйвер</b> – 1) програма для управління роботою периферійного обладнання комп'ютера [66, с. 182].</p>	<p><b>Driver</b> – 1) програмне забезпечення, 2) водій, 3) тип клубу (довга, тонка паличка) з дерев'яною головою, що використовується в гольфі.</p>

<p><b>Вінчестер</b> – 1) герметизований носій магнітного запису інформації, 2) система рушниць, які випускалися із середини ХІХ століття американською фірмою [66, 108-109].</p>	<p><b>Winchester</b> – 1) назва міста в Англії, 2) прізвище винахідника, 3) дисковий накопичувач у запечатаному блоці, що містить високопродуктивний жорсткий диск і головки читання-запису.</p>
<p><b>Сайт</b> – 1) це сукупність логічно зв'язаної гіпертекстової інформації, оформленої у вигляді окремих сторінок і доступної в мережі Інтернет [8].</p>	<p><b>Site</b> – 1) місце в Інтернеті, де людина, компанія або організація можуть надавати інформацію про свою продукцію або послуги, 2) місце, де щось було, є чи буде, 3) земельна ділянка, на якій ви можете встановити намет, припаркуватися.</p>
<p><b>Провайдер</b> – 1) компанія, яка організовує і забезпечує доступ користувачів до глобальної комп'ютерної мережі для отримання та обміну інформацією, 2) той, хто надає фінансову підтримку і забезпечує виконання важливих дій [66, с. 462].</p>	<p><b>Provider</b> – 1) постачальник, 2) компанія, яка надає інтернет-з'єднання та послуги.</p>
<p><b>Хакер</b> – 1) особа, яка через власний комп'ютер проникає в інформаційну мережу банків, промислових та інших установ із злочинною метою [66, с. 632].</p>	<p><b>Hacker</b> – 1) людина, яка використовує комп'ютери для отримання несанкціонованого доступу до даних, 2) людина або річ, яка рубає, збиває чи руйнує грубо.</p>

<p><b>Брандмауер</b> – 1) програма чи пристрій, що здійснює захист комп'ютерних мереж, 2) вид зовнішньої реклами [66, с. 90].</p>	<p><b>Brandmauer</b> – 1) вогнестійка капітальна стіна, що запобігає поширенню пожежі, 2) програма чи пристрій, що здійснює захист комп'ютерних мереж.</p>
<p><b>Браузер</b> – 1) програмне забезпечення для комп'ютера або іншого електронного пристрою, як правило, під'єданого до Інтернету, що дає можливість користувачеві взаємодіяти з текстом, малюнками або іншою інформацією на гіпертекстовій веб-сторінці [8].</p>	<p><b>Browser</b> – 1) переглядач, 2) комп'ютерна програма з графічним користувальницьким інтерфейсом для відображення файлів HTML, використовуваних для навігації в World Wide Web, 3) тварина, яка харчується в основному високорослими рослинами.</p>
<p><b>Он-лайн</b> – 1) такий, що знаходиться у стані підключення до мережі [66, с. 403].</p>	<p><b>Online</b> – 1) на лінії, на зв'язку, у мережі, 2) контрольований або підключений до комп'ютера, 3) вступ в експлуатацію чи існування.</p>
<p><b>Форум</b> – 1) сайт, або програмне забезпечення для спілкування, 2) широкі представницькі збори – з'їзд, конференція, конгрес [66, с. 625].</p>	<p><b>Forum</b> – 1) зустріч або захід, де можна обмінятися ідеями та поглядами на конкретну проблему, 2) Веб-сайт або веб-сторінка, на якій користувачі можуть публікувати коментарі щодо певної теми чи теми, а також відповідати на повідомлення інших користувачів, 3) суд або трибунал.</p>

<p><b>Драйвер</b> – 1) програма для управління роботою периферійного обладнання комп'ютера [66, с. 182].</p>	<p><b>Driver</b> – 1) водій, 2) колесо або інша частина в механізмі, який безпосередньо отримує потужність і передає рух до інших частин, 3) пристрій або частина схеми, яка забезпечує потужність для виведення, 4) програма, яка керує роботою пристрою, наприклад, принтер або сканер</p>
<p><b>Віндовс</b> – 1) узагальнююча назва операційних систем для ЕОМ, розроблених корпорацією Microsoft.</p>	<p><b>Windows</b> – 1) вікна, 2) операційна система GUI для персональних комп'ютерів.</p>
<p><b>Біт</b> – 1) одиниця вимірювання кількості інформації в двійковій системі, 2) елемент кодового набору [66, с. 84].</p>	<p><b>Bit</b> – 1) маленький шматок, частина або кількість чогось, 2) короткий час або відстань, 3) дівчина чи молода жінка; [50, с. 58].</p>

Слово *virtual* та український відповідник *віртуальний* були запозичені до української та англійської мов з одного джерела – латинської мови від *virtualis* – “сильний, здібний” в значенні “можливий”, опонуючи значенням “актуальний”, “реальний”. Внаслідок стрімкого розвитку нових технологій та комп'ютерної сфери, зокрема комп'ютерних додатків, програм, ігор, які імітують реальність, було створено новітні пристрої та програми, за допомогою яких створюються нові винаходи, які здаються майже реальними [98, с. 1597]. Так, на позначення таких пристроїв і була створена назва “*virtual reality*”, яка і стала етимологом для українського слова запозиченого від англійського – “віртуальна реальність”.

Серед сучасних підлітків, студентів, школярів та геймерів популярним стає **Leet** або **leet speak** – різновид сленгу, який став надзвичайно поширеним в он-лайн іграх. Саме цей сленг характеризується повною або ж частковою

заміною літер в лексемах цифрами чи псевдографікою. Leet не призначений для усної мови, лише для письмової. Він є невід'ємною складовою Інтернет-культури і набуває повноцінного статусу віртуального сленгу [53]. Наприклад, *я тебе Забаню* [56].

## 2.6. Анліцизми у спортивній термінології української мови

Ще однією популярною сферою сучасного молодіжного сленгу є спорт, який все більше і більше набуває популяризації з боку Заходу і, таким чином, віддзеркалюється і в нашій мові. Наприклад: *На минулому тижні ми мали змогу взяти участь у змаганнях з пейнтболу.*

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
<b>Спортивна сфера</b>	<i>Степ</i> – 1) вид спорту, це інтенсивна ритмічна гімнастика з використанням підставки (степ-платформи), яка імітує сходинку .	<i>Step</i> – 1) акт або, коли потрібно поставити одну ногу перед іншою під час ходьби або бігу, 2) коротка або легка прогулянка, 3) вид аеробіки.
	<i>Шейпінг</i> – полягає в багаторазовому повторенні вправ з максимальною амплітудою руху [8].	<i>Shaping-up</i> – 1) будь-які різні процеси, які змінюють частотний розподіл шуму, пов'язаного з сигналом, 2) зокрема, метод зменшення шуму, який використовується при квантуванні аналогових сигналів.
	<i>Бодібілдинг</i> – 1) система фізичних вправ для розвитку м'язів з використанням різноманітних тягарів (гантелей, гир, штанги тощо) [66, с. 87].	<i>Body Building</i> – 1) будівництво тіла; спорт, що включає в себе важкі фізичні вправи з метою зміцнення та розширення м'язів тіла.

<p><b>Армреслінг</b> – 1) вид спортивної боротьби – змагання двох гравців на опертих на стіл руках за певними правилами, 2) жорсткий диктат продавця або покупця при визначенні ціни, 3) переносно-жорсткий тиск для досягнення своєї мети [66, с. 55].</p>	<p><b>Arm Wrestling</b> –1) вид спорту.</p>
<p><b>Квест</b> – 1) аматорське спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями [8].</p>	<p><b>Quest</b> – 1) пошук, 2) пошуки пригод, 3) у середньовічному світі експедиція, здійснена лицарством для виконання заданого завдання.</p>
<p><b>Фолл</b> – 1) у спортивних іграх порушення правил [66, с. 621].</p>	<p><b>Fall</b> – 1) брудний, нечесний, 2) перехід від вищого до нижчого рівня, як правило, швидко та без контролю.</p>
<p><b>Тач-даун</b> – 1) один із способів набору очок в американському і канадському футболі [8].</p>	<p><b>Touch-down</b> – 1) момент, коли шасі літака або частина космічного корабля зв'язуються з землею під час посадки, 2) акт торкання землі з м'ячем за лінією воріт суперника, 3) гол.</p>

А також англiцизми є надзвичайно поширеним явищем опису різноманітних хобі, захоплень та саморозвитку.

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
<b>Саморозвиток, тренінг, методики</b>	<b>Брейн-шторм</b> – 1) обговорення, 2) душевне потрясіння, 3) метод висування творчих ідей в процесі розв’язування наукової чи технічної проблеми [8].	<b>Brain-storm</b> – 1) мозковий шторм, зустріч в групі, щоб запропонувати дуже багато нових ідей і дуже швидко, з наміром більш уважно розглянути їх пізніше.
	<b>Тайм-менеджмент</b> – 1) сукупність методик оптимальної організації часу для виконання поточних задач, проектів та календарних подій [66, с. 350].	<b>Time-management</b> – 1) організація часу, управління часу,
	<b>Кейс метод</b> – 1) метод активного проблемно-ситуативного аналізу, заснований на навчанні шляхом вирішення конкретних завдань – ситуацій [8].	<b>Case-method</b> – 1) метод випадку, метод конкретних ситуацій, метод ситуаційного аналізу.
	<b>Брокер</b> – 1) посередник під час укладання різних угод на біржі, який спеціалізується з певних видів товарів чи послуг [66, с. 92].	<b>Broker</b> – 1) маклер, комісіонер, особа, яка купує та продає іноземні гроші, акції в компаніях тощо, для інших людей.
	<b>Ментор</b> – 1) керівник, наставник, 2) вихователь, 3) переносно – нудна людина, яка любить усіх повчати [66, с. 350].	<b>Mentor</b> – 1) людина, яка може допомогти та порадити молодшій або менш досвідченій людині, особливо на роботі або в школі.
	<b>Модератор</b> – 1) людина, що відповідає за дотримання встановлених норм поведінки на інтернет-ресурсах, частіше форумах,	<b>Moderator</b> – 1) хтось, хто намагається допомогти іншим, домовляється, 2) людина, яка

<p>2) людина, що проводить соціологічні дослідження, 3) ведучий фокус-груп, 4) пристрій для приглушення звуку в клавішних музичних інструментах [8].</p>	<p>переконається, що всі люди, які перевіряють іспит, користуються однаковими стандартами, 3) речовина, яка уповільнює нейтрони в ядерному реакторі.</p>
<p><b>Флеш-моб</b> – 1) це несподівана поява групи людей в заздалегідь запланованому місці [8].</p>	<p><b>Flash-mob</b> – “блискавична юрба”, група людей, які організують, по електронній пошті або за допомогою мобільного телефону, об'єднатися в одному місці, зробити щось смішне або дурне, а потім залишити місце локації.</p>
<p><b>Спіч</b> – 1) коротка застільна промова з нагоди торжества, ювілею тощо [66, с. 541].</p>	<p><b>Speech</b> – 1) здатність говорити, вести розмову, або фрагмент розмовної мови; спосіб як людина розмовляє, 2) мова, що використовується при розмові, 3) набір слів, вимовлених у п'єсі.</p>

Отже, сучасні процеси розвитку мов та комунікації проявляються у інтересах молоді до новітніх технологій та модних популярних новинок, внаслідок чого і відбуваються такі значні зміни у запозиченій лексиці та їхній семантиці.

## 2.7. Семантика англіцизмів у сфері економіки та бізнесу

Сучасний період інтеграції та інтернаціоналізації суспільства значно поживає та пришвидшує процес запозичення з англійської мови до української лексичної системи слів, пов'язаних з фінансово-економічною сферою та бізнесом загалом. Такі зміни відбуваються внаслідок популяризації та пропагування термінів за допомогою медіа та ЗМІ, відображаючи реальність сучасного спілкування, що, у свою чергу, сприяє їхньому входженні до нашої рідної мови на загальнолітературних підставах.

З іншого боку, протилежним до процесу термінологізації є детермінологізація, тобто, значне розширення значення слова та його адаптація до загальноповсякденної та літературної лексики. Саме у складі лексики, яка пов'язана з банківською справою та економічними сферами налічується найбільша кількість детермінологізованої лексики. Загалом, тут налічується близько 97% таких слів [57, с. 81]. Ця лексика в основному позначає процеси та поняття, пов'язані з економікою, а також різноманітні завдання, предмети, найменування осіб економічної сфери та бізнесу (*бартер, приватизація, кредитор, менеджер, джоб-банк, андеррайтинг* тощо).

Розширення та заміщення значення наукового поняття побутовим відбувається внаслідок втрати великої кількості сем термінологічного характеру.

В цьому випадку не слід оминати увагою неоднорідність детермінологізації термінів економічної та фінансової сфер.

Сфера використання	Укр. мова	Англ. мова
<b>Економіка та бізнес</b>	<i>Бартер</i> – 1) прямий обмін товару на інший товар без участі грошових коштів [66, с. 75].	<i>Barter</i> – 1) акт чи система обміну, процес обговорення і домовленості про ціну на щось.

<p><b>Стенд-Бай</b> – 1) угода, згідно з якою країна – член Міжнародного Валютного Фонду може придбати у нього іноземну валюту в обмін на національну у визначений термін і у заздалегідь встановлених межах [66, с. 546].</p>	<p><b>Standby</b> – 1) щось, що завжди готове до використання, 2) допомагати, підтримувати.</p>
<p><b>Приватизація</b> – 1) процес роздержавлення власності на засоби виробництва, майно, житло, землю, природні ресурси, що здійснюється шляхом продажу або ж безкоштовного передавання об'єктів державної власності колективам або приватним особам [66, с.460].</p>	<p><b>Privatization</b> – 1) процес продажу компаній чи організацій, що належать уряду приватним інвесторам.</p>
<p><b>Креїтор</b> – 1) креативний директор компанії, людина, яка відповідає за розробку, ведення і контроль рекламних проєктів [8].</p>	<p><b>Creator</b> – 1) творець, людина, яка придумала чи винайшла щось, Бог.</p>
<p><b>Менеджер</b> – 1) фахівець з управління господарськими процесами, виробництвом, обігом товарів та послуг, найманий управляючий; підприємець у галузі професійного спорту, шоу-бізнесу тощо, який організовує виступи спортсменів, артистів та ін.</p>	<p><b>Manager</b> – 1) управитель, завідувач.</p>

[66, с. 350].	
<b>Джоб-банк</b> – 1) фінансово-кредитний інститут акціонерного типу, який виконує базові функції та операції для фізичних і юридичних осіб [66, с.72].	<b>Job-bank</b> – 1) електронна система, яка містить перелік доступних робочих місць та містить детальну інформацію про людей, які шукають роботу.
<b>Андеррайтинг</b> – 1) супроводження емісії цінних паперів торговцем цінними паперами-андеррайтером, 2) процес аналізу запропонованих до страхування ризиків [66, с. 39].	<b>Underwriting</b> – 1) цінні папери; процес надання фінансової підтримки для діяльності, а також для сплати будь-яких витрат.
<b>Андерлаїнг</b> – 1) цінний папір, який лежить в основі опціону і дає право на купівлю і продаж у відповідності з умовами опціонного контракту [66, с. 39].	<b>Underlying</b> – 1) реальний, але не відразу очевидний, 2) використовується для опису чогось.
<b>Спонсор</b> – 1) поручитель, гарант, 2) особа або організація, яка фінансує економічний проект, проведення соціальних заходів, 3) добродійник, меценат [66, с. 541].	<b>Sponsor</b> – 1) підтримувати людину, організацію чи діяльність, надаючи гроші, заохочення або іншу допомогу, 2) процес забезпечення грошима телевізійної або радіопроеграми, веб-сайту, спортивної події чи іншої діяльності в обмін на рекламу.

<p><b>Дилер</b> – 1) особа або ж установа – торговельний представник підприємства, фірми, 2) біржовий посередник, що займається купівлею та продажем цінних паперів [66, с. 168].</p>	<p><b>Dealer</b> – 1) торговець, 2) агент з продажу, 3) особа, яка займається картами в грі (тасує, роздає).</p>
<p><b>Офшор</b> – 1) центр спільного міжнародного підприємництва, який надає іноземним учасникам пільги при проведенні ними фінансових операцій [66, с. 412].</p>	<p><b>Off-shore</b> – 1) бути далеко від або на відстані від узбережжя, 2) (про компанії та банки), які знаходяться в іншій країні з різними податковими правилами, які коштують менше грошей, 3) процес заснування бізнесу або частини бізнесу в іншій країні, як правило, тому що це дешевше.</p>
<p><b>Бізнес</b> – 1) підприємницька діяльність, що дає прибуток [66, с.80].</p>	<p><b>Business</b> – 1) справа, 2) діяльність з купівлі та продажу товарів та послуг, 3) робота, яку виконують, щоб заробити гроші.</p>
<p><b>Інвестиція</b> – 1) довготермінове вкладення капіталу (коштів) у певну справу, підприємство, у різні галузі економіки, а також такий самий капітал [66, с. 225].</p>	<p><b>To invest</b> – 1) вкладати в щось гроші, допомагати чимось.</p>
<p><b>Офіс</b> – 1) контора, канцелярія, службове приміщення [66, с. 411].</p>	<p><b>Office</b> – 1) кімната або частина будівлі, де працюють люди, особливо, коли сидять за</p>

		<p>столами з комп'ютерами, телефонами тощо, як правило, як частина бізнесу чи іншої організації; частина компанії,</p> <p>2) місце, де можна попросити поради або отримати лікування лікаря або стоматолога,</p> <p>3) позиція повноважень і відповідальності в уряді або іншій організації.</p>
	<p><b>Брифінг</b> – 1) коротка прес-конференція, на якій викладається позиція уряду з актуальних питань поточної політики та стану економіки [66, с. 92].</p>	<p><b>Briefing</b> – 1) інструктаж, 2) інформація, яка дається людині напередодні якогось виду діяльності, або інформація про місце зустрічі, де буде щось відбуватися.</p>

Наприклад високий ступінь детермінологізації мають такі назви як *спонсор*, та *бартер*, які стали відомими ще до набуття ними розмовного характеру та різноманітних конотацій.

Таким чином, лексема *sponsor* в англійській мові має досить велику кількість значень, серед яких виділяють п'ять найбільш вживаних значень: 1. Людина чи компанія, яка платить за виставу, показ по телебаченню, спортивні змагання тощо в обмін на право рекламувати впродовж цієї події (Спонсор чемпіонату – коньяк Martell). 2. Особа, яка погоджується дати комусь іншому гроші на благодійництво, якщо той братиме участь у бігу, запливах тощо на певну дистанцію. 3. Особа, яка офіційно погоджується допомагати комусь іншому або нести відповідальність за те, що він робить: Вам потрібен спонсор, щоб одержати робочу візу. 4. Особа, яка офіційно представляє чи підтримує пропозицію про новий закон. 5. Один із хрещених батьків» [98, с. 1389].

В українській мові слово *спонсор* визначається як “організація або особа, що оплачує роботу радіостанцій або телебачення та виконавців за умови, що частка часу, зайнятого програмою, буде відпущена на рекламу його товару чи послуг” [59, с. 391]. Тому, беручи до уваги таке значення, можемо стверджувати, що саме номінативний характер термінологічної системи сприяє та, більш за все, передбачає зміну та розширення семантичного значення слів чи звуження слова лише до одного конкретного значення слова та заміну відповідними йому заміниками і відповідниками.

Якщо ж розглянути слово *спонсор* у більш ширшому значенні, то: 1. Особа або ж організація, яка видає кошти спортсменам, виконавцям, телеканалам тощо і протягом їхньої діяльності має змогу рекламувати власну продукцію та виробництво загалом; 2. Організація, юридична чи фізична особа, яка надає кошти іншій особі на її розвиток, популяризацію та діяльність; 3. Розм.; перен; гумор. Той, хто сплачує витрати, включаючи ресторани, кафе, кіно тощо.

Перше значення відображає таку ж семантику, яка присутня в англійському відповіднику і властива термінологічному поняттю. Другий варіант значення даного слова семантичний обсяг значно розширений та відрізняється від попереднього. В основному, таке значення узагальнило поняття, але певні відтінки семантичної кореляції втрачено, а саме конкретизація суб’єкта та об’єкта, їхні взаємини, умови спонсорування та циркуляції коштів – рекламування.

Розглянувши наступне значення даного слова, можна стверджувати, що воно досить часто вживається в розмовному мовленні, хоча і є переносним внаслідок перенесення основного значення слова на загальну семантику, тобто *спонсор* – “той хто платить гроші”. При цьому, таке значення надає слову нову конотацію – певного саркастичного, іронічного або ж гумористичного відтінку, який переходить від офіційної, формальної, спеціальної англійської назви до побутової неформальної ситуації.

Далі, розглядаючи лексему *barter*, відзначимо, що у мові-джерелі вона набуває такі значення: “1. Система обміну товарів та послуг швидше на інші товари й послуги, ніж із застосуванням грошей: економіка, яка базується на бартері. 2. Товари чи послуги, що обмінюються в системі цього типу: Намисто застосовували як бартер у давні часи” [98, с. 91].

Тому в англійській лексичній системі на перший план виходить значення “система” а також “товари і послуги в цій системі”.

Проте, розглянувши це слово в українській мові, можна стверджувати, що воно набуває дещо інших відтінків. Словник економічної термінології надає таке значення: “вид торговельних угод, за якими взаємний обмін продукцією здійснюється без грошової оплати. Пропорції обміну визначаються з урахуванням співвідношення цін на товари” [59, с. 400]. Така номінація термінології входить до ієрархічної системи родо-видових зв’язків (угода – угода бартерна, угода з певною системою фіксації цін, угода відповідно до певного наявного товару, угода з реальним товаром, компенсаційна, офсетна, ф’ючерсна, форвардна угода). Проте, семантика цієї лексеми змінюється і залежить від контексту, ситуації, що характерно для термінологічної сфери.

У словнику іншомовних слів 2000 р. [66, с.18], вказано таке значення слова *бартер*: “бартер (*barter* – від середньоангл. *bartren*, середньофранц. *barater* – обмінювати) – прямий обмін товару без участі грошових коштів” [66, с. 75]; у виданні [61, с. 507] наведено 2 значення лексеми бартер: “1. Прямий безгрошовий обмін товарами чи послугами, породжений товарно-грошовим дефіцитом у міжнародних умовах. 2. Безвалютна, але оцінена і збалансована щодо вартості товарообмінна операція” [61, с. 67].

Узагальнюючи ці визначення та оцінюючи сучасний мовний узус, можна скласти таку семантичну структуру англіцизма *бартер* у загальнономовному вжитку: бартер – 1. Прямий безгрошовий обмін товарами чи послугами, породжений товарно-грошовим дефіцитом. 2. Розм., перен.

Обмін послугами чи продуктами між людьми, часто за принципом “ти – мені, я – тобі”.

Отже, в процесі засвоєння й включення в лексико-семантичну систему сучасної української мови запозичена номінація бартер, виражаючи сформоване побутове уявлення, одержала основне пряме (1-ше) значення, яке є детермінологізованим щодо такого в первинно термінній назві “бартер”, про що свідчать семантичні зміни, наявні в тлумаченні слова бартер у загальномовному вживанні – втрата сем “належність до родо-видової ієрархії: вид торговельної “угоди”, “специфіка визначення пропорцій обміну”, “урахування співвідношення цін на обмінювані товари”; і взагалі – розширення семантичного обсягу. У розмовному мовленні сформувалося переносне значення, яке відображає ще ширший семантичний обсяг, в якому узагальнено поняття про обмін послугами між людьми й наявну конотацію іронічного ставлення до такого найменування.

Таким чином, серед детермінологізованих назв, які набувають загальномовного спрощеного порівняно з термінологічним значення, виявляються номінації різного ступеня детермінологізованості, що залежить від різноманітних позамовних і мовних чинників (частота вживання номінації; актуальність позначуваної реалії; ступінь засвоєння українською мовою).

На завершення слід відзначити, що незважаючи на те, що повного імпорту концепта з англійської мовної картини світу в українську не відбувається, англіцизми все ж становлять фрагменти іншої картини світу, відбиваючи іншу дійсність, явища із життя іншого народу. Але картина світу мови-реципієнта накладає певний відбиток на семантичну структуру запозичень порівняно з семантикою етимона в мові-донорі.

Втрата термінами своїх термінологічних властивостей та їх міграція до загальномовної мови (детермінологізація) є відбиттям ще більшого залучення людини до галузі економічних інтересів та її залежності від економічних процесів. Зростає роль, яку такі слова відіграють у період

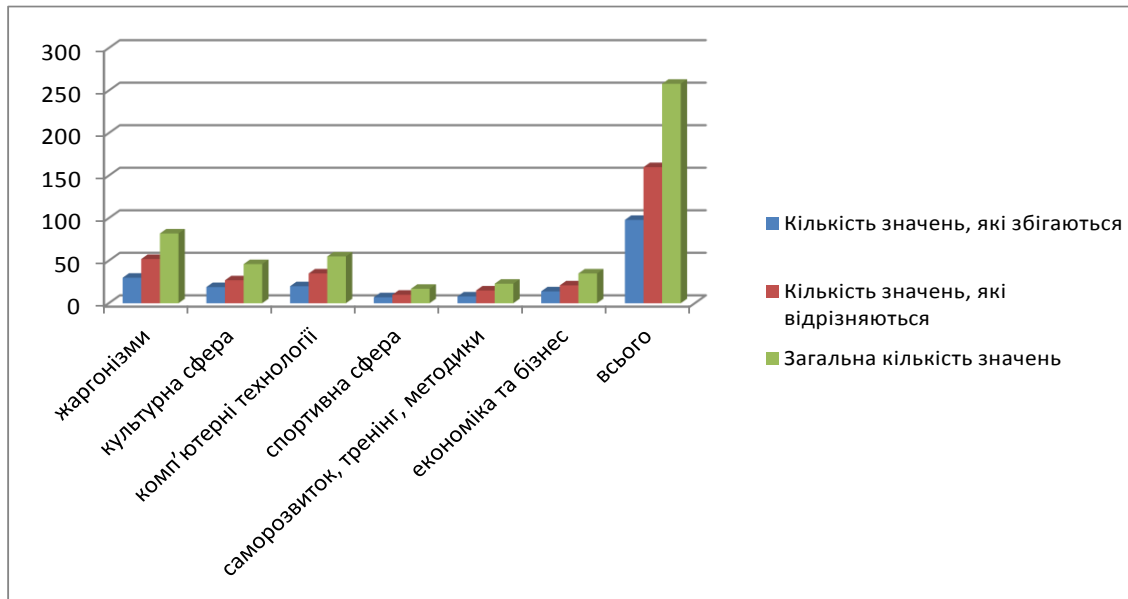
бурхливого розвитку економічних відношень. З одного боку, розвиток та зміни світової економічної системи пов'язані з переглядом термінології – з'являються нові, актуалізуються та змінюються значення існуючих термінів. З іншого – дані одиниці є джерелом поповнення загальнолітературної лексики. Таким чином, в українській термінології кінця ХХ – початку ХХІ ст. відбуваються закономірні лексико-семантичні процеси у зв'язку з появою нових англомовних запозичень. У їх семантиці здійснюються семантичні зрушення, які відбивають цілісну картину закономірностей та особливостей процесу формування семантики слів англомовного походження в сучасній українській мові.

Результати нашого дослідження можна відобразити у даній таблиці:

#### **Збірна таблиця англіцизмів, відповідно до сфер:**

Сфера використання:	Варіативна складова		Загальна кількість значень
	Кількість значень, які збігаються	Кількість значень, які відрізняються	
<b>1) жаргонізми</b>	30 (36,5%)	52 (63,5%)	82 (100%)
<b>2) культурна сфера</b>	19 (41,4%)	27 (58,6%)	46 (100%)
<b>3) комп'ютерні технології</b>	20 (36,4%)	35 (63,6%)	55 (100%)
<b>4) спортивна сфера</b>	7 (41,2%)	10 (58,8%)	17 (100%)
<b>5) саморозвиток, тренінг, методики</b>	8 (34,7%)	15 (65,3%)	23 (100%)
<b>6) економіка та бізнес</b>	14 (40%)	21 (60%)	35 (100%)
<b>Всього</b>	<b>98 (37,9%)</b>	<b>160 (62,1%)</b>	<b>258 (100%)</b>

Діаграма до Таблиці 2



Тому, загальна кількість значень серед усіх досліджених нами 6-ти сфер складає 258 (100%), серед яких 160 (62,1) – значення, які відрізняються, і 98 (37,9%) – значення, які збігаються. За нашими даними, у сфері жаргонізмів 63,5% значень, які відрізняються і 36,5%, які збігаються. Майже така ж ситуація спостерігається в комп'ютерній сфері – 63,6% значень, які відрізняються, та 36,4% значень, які збігаються, а також у сфері саморозвитку, тренінгів та методики – 65,3% значень, які відрізняються, та 34,7% значень, які збігаються, та у сфері економіки і бізнесу – 60% значень, які відрізняються, та 40% значень, які збігаються. Менший відрив між розбіжностями значень виявлено у культурній сфері – 58,6% значень, які відрізняються, та 41,4% значень, які збігаються, а також у спортивній сфері – 58,8% значень, які відрізняються, та 41,2% значень, які збігаються.

Таким чином, у всіх розглянутих вище сферах спостерігається тенденція до варіювання семантичної складової при запозиченні слова з англійської мови до української та зміна значення після входження слова до лексичного складу української мови.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Основним джерелом поширення англіцизмів в українській мові вважають молодіжний сленг, який є надзвичайно популярним у наш час. Молодіжне суспільство характеризується високою частотою переходу англо-українських кодів, адже сленг – це використання неформальних слів та виразів, які не можна розглядати як стандарти, які відносяться до діалектів, або ж розмовної лексики носіїв мови.

Сленг виникає в субкультурах всередині суспільства. Будь-яка цивілізована культура ділиться на домінуючу групу і велику кількість субкультур. Значно відрізняючись від решти навколишніх, члени таких субкультур прагнуть перейменовувати поняття, звичайні для більшості людей. Більшість субкультур віддають перевагу запозиченню слів із стандартної мови, а не для створення нових. Головним засобом передачі експресивності в молодіжному жаргоні є використання певних суфіксів, нових утворень на основі гумористичних образів, семантичного перекладу та перемикування коду.

Сучасний сленг в основному складається з широко використовуваних колоквіалізмів, кримінального жаргону, армійського жаргону, оскільки більшість людей, що працюють в армії, є молоді люди, які дійсно творчі у створенні нових слів і виразів, а також молодіжний сленг, який став значною системою, що впливає на розвиток сучасної української мови. Молодіжний жаргон вітає всі процеси, які включають появу нових слів і виразів, багато з яких стали загальними у використанні.

Зростаюча кількість англійських слів у сучасному українському молодіжному жаргоні пояснюється популярністю цієї мови серед юнаків, оскільки вони бачать багато аспектів його застосування в повсякденному житті.

Мова програмістів заслуговує на особливу увагу. Цей тип сленгу став дуже актуальним у середині 1990-х років. Він постійно доповнюється англійськими запозиченнями, створеними шляхом виведення з коренів

англійського походження. Саме цей сленг характеризується повною або ж частковою заміною літер в лексемах цифрами чи псевдографікою.

Культурна сфера української мови також досить багата на англомовні запозичення, які значно розширюють кругозір українців, доповнюючи їх словниковий запас новими, цікавими та популярними словами, які стають поширеними у всьому світі. Незважаючи на це, англіцизми проходять ряд змін, які, у свою чергу відображаються на їх семантиці та набувають значень, які різняться від значення у мові-донорі. Сюди ж ми можемо віднести лексику, яку використовують на радіо та телебаченні, під час рекламування товарів, в газетах і журналах тощо.

З-поміж сучасних запозичених англіцизмів все більшої популярності набирають слова, пов'язані зі сферою кіно та відеопродукції. Серед них можемо розглянути такі лексеми як *блокбастер*, *екшн*, *сиквел*, *римейк*, *трилер*, *хорор*, *вест* та т. п. Дані англіцизми спочатку використовувалися тільки тоді, коли потрібно було вказати на іноземну відеопродукцію та фільми, серіали, п'єси, книги загалом, відображаючи таким чином незвичність та екзотичність цих закордонних понять. Однак, період глобалізації та масштабного розвитку популяризував більшість англомовних лексем, внаслідок чого вони активно засвоїлися українською мовою, а значення таких слів почало відображати пізніше і українські реалії, також включаючи вітчизняні книги, фільми та серіали.

Не слід оминати увагою і запозичення, які приходять зі сфери шоу-бізнесу. Як бачимо, різноманітні лексеми, які запозичуються до української мови на новітньому етапі розвитку приносять і свої певні реалії саме тоді, коли в українській лексичній системі немає відповідника (*гламур*, *брейн-ринг*, *реаліті-шоу*). В більшості випадків, як показує практика, іноземне слово може з легкістю бути заміненим власним оригінальним словом. Але задля привертання уваги, залучення нової аудиторії, рекламування та маркетингу обирається саме чужомовна лексема.

Ще однією популярною сферою сучасного молодіжного сленгу є спорт, який все більше і більше набуває популяризації з боку Заходу і, таким чином, віддзеркалюється і в нашій мові. А також англіцизми є надзвичайно поширеним явищем під час опису різноманітних хобі, захоплень та саморозвитку. Сучасний період інтеграції та інтернаціоналізації суспільства значно поживає та пришвидшує процес запозичення з англійської мови до української лексичної системи слів, пов'язаних з фінансово-економічною сферою та бізнесом загалом.

Саме у складі лексики, яка пов'язана з банківською справою та економічними сферами налічується найбільша кількість детермінологізованої лексики. Загалом, тут налічується близько 97% таких слів. Ця лексика в основному позначає процеси та поняття, пов'язані з економікою, а також різноманітні завдання, предмети, найменування осіб економічної сфери та бізнесу (*бартер, приватизація, кредитор, менеджер, джоб-банк, андеррайтинг* тощо).

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Слід відзначити, що ми здійснили комплексний огляд наукової літератури, визначивши при цьому основні сфери поширення англіцизмів в українській мові та зміну їхнього значення.

Лексика англо-американського походження дуже широка за тематичним діапазоном, навіть більше, на сучасному етапі спостерігається майже засилля англіцизмів в усіх сферах і галузях нашого життя. Це суспільно-політична лексика, економічна, терміни з галузі ринкового господарства та банківської справи, спортивна термінологія, назви посад та звертань, явищ суспільного та культурного життя тощо. Нова суспільна ситуація потребує найменувань для нових реалій, явищ, персон, які й запозичуються саме з англійської мови. Здебільшого такі найменування використовують у своїй мові не лише вузькопрофільні фахівці, вони стають широкоживаними серед різних за віком і фахом верств населення через засоби масової інформації.

У проведеному дослідженні було визначено поняття англомовного запозичення в українській мові та місце англіцизмів загалом; дослідили граматичні категорії англіцизмів в українській мові та проаналізували шляхи історичного розвитку англомовних запозичень.

На підставі проведеного нами аналізу можемо стверджувати, що процес лексико-семантичної еволюції англійських слів в українській мові є найбільш значущим у загальному процесі запозичення слів. Саме лексико-семантична система мови джерела є системою, що стимулює подальший розвиток або зникнення слова з лексичного фонду мови, що запозичує.

При вирішенні завдання поділу запозичених англіцизмів на мікрогрупи, проведено детальний аналіз системи англіцизмів в українській мові та розподіл іншомовних слів відповідно до сфери та частоти вживання тієї чи іншої лексеми.

Ми визначили, що однією з найпоширеніших сфер вживання англомовних запозичень є український молодіжний сленг, який є

надзвичайно популярний серед підлітків та молоді загалом. Отже, сленг має неоціненний соціальний сенс: це маркер включення та виключення з соціальних груп, конкретний лакмус оцінки людей у плані їх повсякденної соціальної взаємодії.

Під час аналізу шляхів пристосування англомовних лексичних запозичень до системи сучасної української мови на різних рівнях було визначено, що основна причина проникнення англіцизмів до української мови – активізація процесу глобалізації, яка не визнає сентиментальних аргументів. Під її впливом мова проходить і буде продовжувати проходити зміни. Конкурентоспроможність української мови пов'язана, перш за все, з її спроможністю реагувати на прагматичні потреби нації.

В ході проведення дослідження доведено гіпотезу про те, що детальний розгляд та класифікація англіцизмів дасть змогу осмислити їх із наукової точки зору, що в подальшому збільшить ефективність правильного використання запозичених слів у відповідних контекстах. Також було досліджено різні семантичні групи слів, серед яких розглядалася сленгова лексика, зокрема жаргонізми, як найбільш поширена сфера вживання, у якій було досліджено 82 значення слів, що складає 100%, де 63,5% значень, які відрізняються і 36,5%, які збігаються. Другою за кількістю значень є сфера комп'ютерних технологій – 55 значень (100%), де 63,6% значень, які відрізняються, та 36,4% значень, які збігаються. Третьою за кількістю значень виступає культурна сфера – 46 значень (100%), де 27 значень (58,6%), які відрізняються, та 19 значень (41,4%), які збігаються. Лексика зі сфери економіки та бізнесу посідає 4 місце за кількістю значень – 35 значень (100%), де 60% значень, які відрізняються, та 40% значень, які збігаються. Слова, які позначають саморозвиток, тренінги та методики включають 23 досліджених нами значення – 100%, де 15 значень (65,3%), які відрізняються, та 8 значень (34,7%), які збігаються. Останньою за кількістю значень є спортивна сфера – 17 значень (100%), де 10 значень (58,8%), які відрізняються, та 7 значень (41,2%), які збігаються.

Таким чином, завдання вирішені в повному обсязі, а мета, яка полягала у дослідженні та аналізі англомовних запозичень в українській мові та їхніх семантичних особливостей, доведена.

## SUMMARY

The title of the paper is: “Peculiarities of semantic variation of English borrowings in the Ukrainian language”.

The subjects of the research are English borrowings, which are part of the Ukrainian language as a result of the rapprochement of peoples on the basis of economic, political and cultural connections.

The object of investigation is process of borrowings that is inherent in each language, the semantic features of borrowing, as well as the ways of adapting English lexical borrowings to the modern Ukrainian language system in everyday life.

The research aim is to study and analyze English language borrowings in the Ukrainian language and their semantic peculiarities.

The research objectives are:

- 1) to conduct a review of scientific literature on the problem being investigated;
- 2) to define the concept of English-language borrowing in the Ukrainian language and the place of Anglicisms in general;
- 3) to study the grammatical categories of Anglicisms in the Ukrainian language;
- 4) to analyze the ways of historical development of English language borrowings in the Ukrainian language;
- 5) to study the features of functioning of the English language vocabulary in the modern Ukrainian language.
- 6) to divide borrowings into microgroups;
- 7) to analyze the semantic peculiarities of adapting English lexical borrowings to the system of modern Ukrainian at different levels.

The research focuses on the main semantic peculiarities and differences of the English borrowings and their functions in Ukrainian language.

The description gives a detailed analysis of the spheres of usage the English borrowings and their semantic shifts in Ukrainian language.

The research methods are:

- 1) descriptive method, which involves observation, analysis, generalization and classification of certain linguistic facts;
- 2) statistical method;
- 3) the method of comparative and quantitative analysis;
- 7) a semantic method that promotes the selection and classification of certain phenomena.

Practical value of the results – they can be used in the course of teaching lexicology in modern Ukrainian literary language and during special courses and special seminars on borrowings and neologisms, as well as in the compilation of dictionaries of foreign language words and explanatory dictionaries of the Ukrainian language.

The basic concepts are: language, anglicisms, borrowings, lexis, words, semantics.

The paper consist of introduction, 2 chapters, conclusions, review of related literature, summary.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/khaj>.
2. Американська асоціація компаній звукозапису [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.glosbe.com/uk/pl> (date: 07/06/2016)  
IATEFL в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org.ua/teach/resources/iatefl-ukraine> (date: 07/06/2016)
3. Англомовні запозичення в українській мові: матеріали III Всеукр. студент. наук-тех. конф. [“Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання”], (Тернопіль) / Тернопільський національний університет ім. Івана Пулюя. – Тернопіль: Тернопільський національний університет ім. Івана Пулюя, – С. 395.
4. Баранник Д.Х. Українська мова на межі століть / Д.Х. Баранник // Мовознавство, 2001. – № 3. – С. 64-69.
5. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. – 2006. – № 3. – С. 60-65.
6. Білодід І.К. Сучасна українська літературна мова: лексика і фразеологія / І.К. Білодід. – К.: Наук. думка, 1973. – 439 с.
7. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке / М.А. Брейтер – М.: Высшая школа, 1997. – 347 с.
8. Вікіпедія [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
9. Вінська Оксана Йосипівна. Підвищення якості освіти шляхом встановлення партнерських зв'язків університету та роботодавців / О. Й. Вінська. – С. 101-103
10. Вісник Державного університету “Львівська політехніка”: Матеріали 6-ї Міжнародної наукової конференції. – № 402. – Львів, 2000. – С. 207-209.

11. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія [Текст] = Messenger of Kyiv national linguistic university. Series Philology : зб. наук. пр. / [редкол.: М. П. Баган (голов. ред.) та ін.]. - Київ : Вид. центр КНЛУ, 1998 - . - ISSN 2311-0821. Т. 19, № 1. - 2016. - 178 с.
12. Волкова Олена Михайлівна. Вплив цивілізаційних факторів на формування нових якостей особистості в економічному житті суспільства / О. М. Волкова. – С. 103-104.
13. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови: [навч. посіб.] / Г.Й. Волкотруб. – К.: МАУП, 2002. – 208 с. – Режим доступу: [https://labook.com.ua/book\\_stilistika-dilovo-movi\\_672/](https://labook.com.ua/book_stilistika-dilovo-movi_672/)
14. Володарская Э.Ф. Заимствования как отражение русско-английских контактов / Э.Ф. Володарская // Вопросы языкознания: №4. – 2002.
15. Володарская Э.Ф. Взаимодействие русского и английского языков на различных этапах исторического развития / Володарская Э.Ф. // Вопросы филологии. - 2001. – №1. – С.62-67.
16. Володарская Э.Ф. Языковая изменчивость: лингвистические и экстралингвистические аспекты. Инновационные процессы в современном английском языке / Володарская Э.Ф. // Вопросы филологии. – 2004. – №2. – С. 35-51.
17. Волощенко Вікторія Сергіївна. Підвищення ефективності семінарських занять за допомогою активізації кінетичної пам'яті студентів / В. С. Волощенко. – С. 105-106.
18. Гаврилюк І.І. Лексико-семантичні особливості англіцизмів у німецькій періодиці (на матеріалі газети "Hamburger abendblatt") / І. І. Гаврилюк // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. - 2011. - Вип. 20. - С. 41-48.

19. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. / И.Р. Гальперин. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 460 с.
20. Герасимчук В.Г. Маркетинг: Теорія і практика. Маркетинг в Україні / В.Г. Герасимчук. – К., 2002. – № 2. – С. 20-24.
21. Гикал Л.П. Квазиинтернациональная лексика как явление языковой симметрии: на материале русского, английского немецкого языков / Л. П. Гикал. – Краснодар, 2005. – 200 с.
22. Голик С. Англійська мова як lingua franca у сучасному світі: глобалізаційні виклики / С. Голик // Актуальні питання гуманітарних наук. - 2015. - Вип. 14. - С. 125-131.
23. Головлева Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2006. – 271 с.
24. Голубков Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
25. Гольман И.А. Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности: Записки моек, рекламиста / И.А. Гольман. – М.: Гелла-принт, 1996. – 335 с.
26. Гончар О.В. Англійська мова в сфері професійної комунікації майбутнього дизайнера / О. В. Гончар // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв . Мистецтвознавство. Архитектура. - 2012. - № 7. - С. 24-26.
27. Гончарова Н.І. Документаційне забезпечення менеджменту: [навч. посіб.] / Н.І. Гончарова. – К.: Центр навч. літ-ри, 2006. – 260 с.
28. Горбик Р. Комунікативна стратегія похибки у мовній практиці мережевих спільнот / Р. Горбик // Стиль і текст. – Режим доступу: <http://www.journ.univ.kiev.ua/periodyka/index.php/fakhovi-vydannia/95-arhiv-sit-2.html>

29. Гордишевская Е.В. К вопросу о влиянии английского языка и его американского варианта на языковую ситуацию в современной Германии / дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.В. Гордишевская. – М., 2005. – 206 с.
30. Горлатов А.М. Функциональный стиль рекламы современного немецкого языка / А.М. Горлатов. – Мн., 2008. – 164 с.
31. Грабовий П.М. Український молодіжний сленг у системі функціонування мови / П.М. Грабовий // Актуальні проблеми філології та перекладознавства. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – Ч. 1.– Вип. 3. – С. 130-132.
32. Грилихес И.В. Прагматические и синтаксические особенности рекламных текстов (на материалах англоязычной бытовой рекламы / И.В. Грилихес. – Киев, 1998. – 152 с.
33. Гринев С. В. Терминологические заимствования (краткий обзор современного состояния вопроса) / С. В. Гринев // Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. – М. : Наука, 1982. – С. 108–135.
34. Гринев С.В. Введение в терминоведение / С.В. Гринев. – М.: Московский лицей, 1993. – 309 с.
35. Губич В.В. Латинські запозичення у складі польської мовознавчої термінології середньопольської доби / В. В. Губич // Слов'янський збірник. - 2016. - Вип. 20. - С. 176-194.
36. Гуменюк Т.І "Друга реальність" сучасної культури та її виміри. Погляд на вік ХХ з початку ХХІ століття / Т. Гуменюк // Київське музикознавство. - 2014. - Вип. 48. - С. 3-15.
37. Гуменюк Т.І Історія термінології та терміни в сучасній телевізійній фаховій мові [Електронний ресурс] / Т. І. Гуменюк // Одеський лінгвістичний вісник. - 2014. - Вип. 4. - С. 60-64. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv\\_2014\\_4\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv_2014_4_18)

38. Гуменюк Т.І. Запозичення та їхні типи в сучасній українській телівізійній фаховій мові / Т. І. Гуменюк // Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки. - 2014. - Т. 164. - С. 55-59.

39. Гурко О.В. Англійські запозичення в мові мас-медіа / О. В. Гурко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство. - 2012. - № 22. - С. 39-42. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnuf1m\\_2012\\_22\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnuf1m_2012_22_11).

40. Гурко О.В. Іншомовні слова у засобах масової інформації / О. В. Гурко // Лінгвістика. Лінгвокультурологія. - 2013. - Т. 6. - С. 9-17. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/lin\\_2013\\_6\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/lin_2013_6_4).

41. Гурко О.В. Новітні англіцизми в художній літературі / О.В. Гурко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского: Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 26(65). – 2013. – № 1 – С. 7-11.

42. Гурко О.В. Ствердження в семантичній структурі дієслів та іменників / О. В. Гурко // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія : Філологія. Мовознавство. - 2016. - Т. 272, Вип. 260. - С. 43-46. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdufm\\_2016\\_272\\_260\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdufm_2016_272_260_11).

43. Гурко О.В. Стверджувальний зміст у семантичній структурі лексем / О. В. Гурко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Філологія. - 2016. - Вип. 74. - С. 188-191.

44. Гурко О.В. Стилiстичні функції стверджувальних часток в українській мові / О. В. Гурко // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. - 2014. - Вип. 10. - С. 20-28. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt\\_2014\\_10\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2014_10_5)

45. Грищенко А.П. Сучасна українська літературна мова / А.П. Грищенко. – Київ: Вища школа, 1977. – С.32-49.

46. До проблеми іншомовних елементів в українській антропонімії / П.П.Біа // Матеріали міжвуз. ономаст. конфер “Питання ономастики Південної України”, – К., 1974. – С. 104-106.

47. Дробаха Л.В. Внутрішня форма термінологічної лексики в українській, німецькій та англійській мовах // Нова філологія. – Вип. 24. – Запоріжжя: ЗНУ, 2006. – С. 154-162.

48. Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу: матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11-13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харків. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Харків : Харків. держ. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва, 2000. – 167 с.

49. Зорівчан Р.Г. Іноземна мова як засіб глибшого пізнання мови. / Р.Г. Зорівчан // Рідне слово. – 1973. – № 7.

50. Караванський Святослав. Пошук українського слова, або, Боротьба за національне „Я“ / Святослав Караванський. – К. : ВЦ Академія, 2001. – 233 с.

51. Караванський Святослав. Практичний словник синонімів української мови / Святослав Караванський. – Львів: БаК, 2012. – 536 с.

52. Комп'ютерний сленг [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: [http:// netiquette4uth. blogspot. com](http://netiquette4uth.blogspot.com).

53. Кордюк О. М. Сучасні англомовні запозичення / О. М. Кордюк // Вестник. Наука и практика: перспективы развития науки. – Гданьск, 2012. – С. 105-107.

54. Кочерган М. П. Мова як символ соціальної солідарності / М. П. Кочерган // Вісник Київського лінгвістичного університету. Серія філологія. – Том 5. – 2002. – № 2. – С. 5-13.

55. Матеріали для прикладів (форум) [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: [http:// forum.lvivport.com](http://forum.lvivport.com).

56. Попова Н.О. Структура та семантика лексичних запозичень з англійської в українську мову новітнього періоду. / Н.О. Попова. – Харків: ХНАДУ, 2007. – 220 с.
57. Радук В. Мова в Україні: стан, функції, перспективи / В. Радук. // Дивослово.– 2002.– № 4.– С. 14-17.
58. Російський тлумачний словник економічних термінів та український тлумачний словник економічних термінів / Уклад. та пер. В.М. Копоруліної. – Харків: Єдінорог, 2001. – 448 с.
59. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля, 2010. – 844 с.
60. Сліпушко О.М. Тлумачний словник чужомовних слів в українській мові. / О.М. Сліпушко. – К.: Криниця, 1999. – 507 с.
61. Словарь молодежного сленга [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://teenslang.su/content/олд>.
62. Словарь молодежного сленга [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу:<http://teenslang.su/content/%EA%F3%EB>.
63. Словник англіцизмів [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://www.slovnyk.lutsk.ua/>.
64. Словник іншомовних слів / За ред. О.С. Мельничука. – Вид. 2-ге, випр. і доп. – К. : УРЕ, 1985. – 966 с.
65. Словник іншомовних слів : [близько 10 000 слів] / Нац. ун-т ім Т. Шевченка, Укр. мовно-інформ. фонд НАН України ; [уклад. С.М. Морозов, Л. М. Шкарапута]. – Київ : Наукова думка, 2000. – 664 с.
66. Словник чужомовних слів, Бойків І., Ізюмов О., Калишевський Г. і Трохоменко М., репринт з 2-го перероб. видання 1955 р. (Вперше виданий у Харкові 1932 р.) — Київ: Музей Івана Гончара; вид. фірма «Родовід», 1996. — 535 с.
67. Словопедія [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/46/53393/302136.html>.

68. Словотвір [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. . – Режим доступу: <https://slovotvir.org.ua/words/sekiuryti>.
69. Смущинська І.В. Інтернаціоналізми та «хибні друзі» як проблема перекладу / І.В. Смущинська // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2010. – С. 201-205.
70. Сокол Г. Сленг сучасної німецької молоді як засіб розвитку комунікативної компетенції студентів / Г. Сокол // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: філологічні науки (мовознавство). – Луцьк, 2013. – № 20. – С. 172-176.
71. Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник. / Б.А. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 340с.
72. Солошенко А.Д. Коммуникативно-прагматические аспекты рекламного слогана в рамках модели рекламного воздействия / А.Д. Солошенко. – Львов, 1990. – 274 с.
73. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг / Л. Ставицька. – К.: Критика, 2005. – 464 с.
74. Стариннова Т.Б. Коммуникативно прогматический аспект текстов вторичной информативности (на материале текстов современной немецкой торговой рекламы) / Т.Б. Стариннова. – Самара, 2000. – 148 с.
75. Степанова М.Д. Лексикология современного немецкого языка / М.Д. Степанова. – М.: Высшая школа, 1998. – 310 с.
76. Степанова М.М. Три статті по поводу / М.М. Степанова. — М. : Новое издательство, 2015. — 64 с.
77. Стишов О.С. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) / О.С. Стишов. – К.: Пугач, 2005. – 388 с.
78. Структура, стиль і оформлення ділового листа. – Режим доступу: [http://stud.com.ua/50372/menedzhment/strukturastiloformlennya\\_dilovogo\\_lista](http://stud.com.ua/50372/menedzhment/strukturastiloformlennya_dilovogo_lista)
79. Студентська газета НАУ «Біплан» (випуски за 2009-2010 рр.)

80. Українська мова: Енциклопедія [Електронний ресурс]. – К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2000. – 752 с. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/ukrmoiva/um.htm>.
81. Українська мова: функціонування на сучасному епаті. Матеріали Всеукраїнської студентської наукової конференції. – Бердянськ, 2002. – С. 15-17.
82. Федорець С.А. Мовні новоутворення: запозичення чи засмічення / С.А. Федорець // Лінгвістичні дослідження: збірник наук. праць. – Х.: ХДПУ, 2000. – Вип. 5. – С. 104-106.
83. Холодна війна без залізної завіси [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.polradio.pl/5/39/Artykul/165118> (date: 01/06/2016) 87.
84. Adams M. Slang: The people's poetry / M/ Adams. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – P. 67.
85. Azhnyuk B. Movni zminy na tli decolonizatsii i globalizatsii / B. Azhnyuk // Movoznavstvo. – № 3. – P. 48-53.
86. Beyrer A. Ne americanizăm / A.Beyrer /România Literară. – [electronic resource]. – assess mode: [http://www.romlit.ro/ne\\_americanizm](http://www.romlit.ro/ne_americanizm). (date: 12.06.2016.).
87. Crystal D. English as a global language / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 132 p.
88. Dyakov A.I. Graficheskaya assimilyatsiya anglitsizmov v russkom yazyke [Graphic assimilation of Anglicisms in Russian ] /A.I. Dyakov // Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. – 2012. – № 2 (12) [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [http://tl-ic.kursksu.ru/index.php?page=6&new\(data zvernennya: 12.06.2016](http://tl-ic.kursksu.ru/index.php?page=6&new(data zvernennya: 12.06.2016).
89. Fedorets S. The language of advertisements as a source of foreign vocabulary / S. Fedorets // Naukoviy visnyk. 2000 – №3. – P. 51.
90. Görlach M. English in Europe / M. Görlach. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 352 p.

91. Graham A. Intertextuality / A. Graham. – New York: Routledge, 2000. – P. 37.
92. Hummon D. College slang revisited. The Journal of Higher Education / D. Hummon. – 1994. – P. 65-98.
93. Koc T. Funktsionuvannya leksychnykh variantiv u zasobah MI / T. Koc // *Movoznavstvo*. – 2003. – № 6. – С. 37-39.
94. Kononenko V. Mova i narodna kul'tura / V. Kononenko // *Movoznavstvo*. – 2001. – № 3. – С. 62-65.
95. Kosanovich M. Zhargonizmy v studencheskoy auditoria / M. Kosanovich. – P. 177-182.
96. Kuethe J. Modern Slang. American Speech / J. Kuethe. – 1996. – P. 293-297.
97. Lapova E. O molodezhnom zhargone / E. Lapova. – Minsk: Slovo, 1994. – P. 24.
98. Longman dictionary of contemporary English. – Longman Ltd., 1995. – P. 1125.
99. Misechko O. Historical-logical aspect of penetration of English borrowings into the modern Ukrainian language / O. Misechko. – Kiev: Osvita, 2000.
100. Nikitina T. Tlumachniy slovnyk slengu molodi / T. Nikitina. – Moscow: Al'debaran, 2003. – P. 10-11.
101. Onysko A. Anglicisms in German: borrowing, lexical productivity, and written codeswitching / A. Onysko. – Berlin: Walter de Gruyter, 2007. – С. 36.
102. Patton F. Expressive means in Russian youth slang / F. Patton // *The Slavic and East European Journal*. – 1980. – №3. – P. 270-282.
103. Polyarush V. THE INFLUENCE OF ENGLISH ON UKRAINIAN, WITH A FOCUS ON THE LANGUAGE OF YOUTH / V. Polyarush. – M.A.: Department of English Language Teaching, September 2010. – 215 p.

104. Proshina Z. Russian Englishes. World Englishes / Z. Proshina . – Vladivostok: Dal'press, 2010. – P. 437-447.
105. Shlyakhov V. Dictionary of Russian slang and colloquial expressions / V. Shlyakhov, E. Adler. – N.Y.: Barron's, 2006. – P. 6.
106. Sloboda N.V. The usefulness of transcribe Anglicisms (based on Ukrainian ergonisms / N.V. Sloboda // Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". – 2015. – Vyp. 53. – P. 225-227.
107. Smith May. *The Influence of French on the Eighteenth-century Literary Russian* / May Smith. – P. 29-30.
108. Terry V. The new dictionary of slang and unconventional English / V. Terry, T Dalzell. – New York: Routledge, 2006. – P. 6.
109. Trudgill P. Alternative histories of English / P. Trudgill, R .Watts. – London: Routledge, 2000. – P. 90.