

УДК 81.161.2'373.45

СПОСОБИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОЗИЧЕННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Архипенко Л.М.

У кінці ХХ – на початку ХХІ ст. більшу частину іншомовних слів, які вільно використовуються в газетах й інших засобах масової інформації, становлять англіцизми, та це є характерним не тільки для української мови.

Досить побіжного погляду на сторінку будь-якої газети чи журналу, які видаються в Україні, щоб побачити такі слова, як *менеджмент, маркетинг, брокер, дилер, спонсор, спікер, кілер, драйв, рейв, промоутер* та ін. Звичайно, було б помилково стверджувати, що всі ці слова потрапили в українську мову саме через тексти масової комунікації. Однак не слід і применшувати роль медіа-текстів у формуванні та реалізації мовних процесів. Погоджуючись із дослідником української лексики кінця ХХ ст. О. Стишовим у тому, що «реалізація словника новітньої літературної мови найчастіше пов'язана з інформаційними можливостями ЗМІ» [2, с.39], визнаємо, що мова преси є „надійним і перспективним джерелом для визначення лексичних інновацій і планування перспективи розвитку загальнолітературної норми” [2, с.39]. Підтвердженням цього є наш ілюстративний матеріал, який базується на текстах мас-медіа”.

Актуальність. Значущість процесу запозичування іншомовної лексики в українську мову привернула велику увагу до нього з боку багатьох дослідників в останнє десятиріччя ХХ ст. Освоєння іншомовних запозичень стало об'єктом уваги Б. Ажнюка, О. Стишова, В. Симонок, Г. Сергєєвої, Д. Мазурик, О. Тодор.

Незважаючи на те, що проблема лексичного запозичення продовжує розроблятися в українській і зарубіжній лінгвістиці, вона не втрачає своєї актуальності й гостроти. Завданням нашої статті є виділити й схарактеризувати групи новітніх англіцизмів за способом їх запозичення.

Постановка проблеми. Англіцизми як мовні запозичення в українській мові являють собою значну й більш-менш стабільну лексичну групу. У лексичному плані це дійсно так, але у структурному відношенні вони неоднорідні.

Відповідно до ознак неоднорідності можна виділити декілька груп англіцизмів.

1. Англіцизми, змінені графічно й передані відповідними фонемними засобами української мови без будь-яких структурних змін, наприклад: *бартер (barter), брокер (broker), вестерн (western), кліп (clip), хіт (hit)* та ін.

Одні з цих слів мають в українській мові такий же вимовно-фонетичний вигляд, як і в англійській мові (*рейтинг – rating, шейпінг – shaping, шоу – show*), форми інших свідчать про те, що як оригінал була взята писемно-графічна форма англійського слова (*блендер – blender, маркетинг – marketing, супермаркет – supermarket*).

2. Англіцизми з частковою морфологічною субституцією. Зазвичай субститується афіксальна частина або другий елемент складного слова. Ці англіцизми називаються також напівкальками, наприклад: *бізнес-центр (business centre), бізнес-клас (business class), ґрунд-ефект (ground effect), денс-команда (dance group)*.

3. Англiцизми, оформленi морфологiчними засобами української мови: *бакс-и, бартер-ний, кiлер-ськ-ий, гринз-и* та iн. Зокрема, це є одним iз критерiїв адаптацiї англiцизмiв в українській мовi.

4. Англiцизми, якi утворюються за допомогою буквального перекладу українською мовою слова або словосполучення, наприклад: *вiзит-кард (visit card), кiкбоксинг (kickboxing), кеш-н-керi (cash and carry), факс-модемнi картки (fax modem cards)*.

5. Англiцизми, якi при переходi з англiйської мови змiнюють свiй вигляд i звучання. Така випадкова, необов'язкова змiна зовнiшнього вигляду буває, як правило, пiд час безпосереднього усного запозичення слова. Як приклади можна навести англiцизми *iнжинiринг (enginuring), клiринг (clearing)*. У словi *iнжинiринг* немає англiйських звукiв [e] i [ier] ([enjinering]). У словi *клiринг* [kliering] вiдсутнiй англiйський звук [e]. Такi замiни й викривлення пояснюються перш за все тим, що цi слова просто були неточно переданi усним шляхом.

Вiдзначимо також значну групу англiцизмiв, у яких звук [r] вiдсутнiй, а в українському варiантi вiн чiтко вимовляється, тобто орієнтацiя вiдбувається на графiчну форму слова: *фармер (фермер), контермаркетiнг (контрмаркетинг)* та iн.

6. Англiцизми, якi при запозиченнi з англiйської мови у формi множини в українську мову за змiстом мають форму однини (так звана семантична однина): *чипс (chip-s), бакс (buck-s), кедс (ked-s), шуз (shoe-s)* та iн.

В англiйській мовi закінчення *s* є показником множини – *chip-s, buck-s*, а в українській мовi слова *чипс, бакс* мають форму однини. Категорiя числа iменникiв в англiйській мовi має те ж саме значення й функцiю, що i в українській мовi, але спосiб утворення в обох мовах рiзний. Як вiдомо, в англiйській мовi категорiя числа у iменниках виражена флективним протиставленням двох форм з утворенням множини за допомогою закінчень *-s, -es*. Невелика група iменникiв, у яких множина виражається чергуванням голосних (*foot – feet*), не порушує загальної картини.

7. Англiцизми, якi складаються з двокомпонентних сполучень. В англiйській мовi цi словосполучення не пишуться через дефiс, а в українській оформляються саме так: *джек-пот (jeek pot), ноу-хау (know how), хiт-парад (hit parade), хот-дог (hot dog)* та iн.

8. Англiцизми, запозиченi з грецькими й латинськими елементами: *iнновацiя, конверсiя, телефакс, термолiфтинг* тощо. Доцiльнiсть видiлення таких слiв у окрему групу полягає в тому, що вiд власне англiцизмiв вони вiдрiзняються деякими специфiчними ознаками. Специфiка таких слiв полягає в тому, що вони не мають живого джерела запозичення. Такi слова свiдчать про iнтернацiоналiзацiю окремих груп лексики – «тенденцiю, яка визначається у лiнгвiстичнiй лiтературi як специфiчна риса, притаманна сучасним вiдносинам мов i народiв [1, с.26]».

Висновки. Отже, новiтнi англiцизми-заполучення являють собою складну й структурно-неоднорiдну групу лексики в українській мовнiй системi, а iнтенсивнiсть процесу iх запозичування передбачає подальшi дослiдження у визначеному напрямi.

Список лiтератури

1. Акуленко В.В. Iнтернацiональнi елементи у словниковому складi мови //Мовознавство. – 1973. – №5. – С. 20-29.
2. Стишов О.А. Українська лексика кiнця ХХ столiття (на матерiалi мови засобiв масової iнформацiї). – Киiв. 2003. – 288 с.

Поступила до редакцiї 10.03.2005 р.