

УДК 811.112'37

Шнайдер Ярослава Василівна

Національний університет «Острозька Академія»

Науковий керівник:

Жуковський Василь Миколайович

доктор педагогічних наук, професор

Національний університет «Острозька Академія»

АНГЛІЙСЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНИХ ВІТЧИЗНЯНИХ МАС-МЕДІА

ENGLISH BORROWINGS IN THE CONTEXT OF MODERN UKRAINIAN MASS MEDIA

Анотація. У статті проаналізовано використання англійських запозичень у сучасних вітчизняних мас-медіа. Розкрито морфологічні особливості англомовних запозичень.

Ключові слова: англомовні запозичення, лінгвістика, мова мас-медіа.

Summary. The paper referred to the penetration of English borrowings into the modern Ukrainian mass media. The morphological features of English borrowings are revealed.

Key words: English borrowings, linguistics, language of mass media.

Актуальність теми. В кінці двадцятого і початку двадцять першого століття, Україна переживає період, який характеризується інтенсифікацією його відносин з англомовним населенням, який також приносить з собою лексичні запозичення. Використання слів з іноземним походженням стає все

більш помітним у мові українців. Приплив таких слів має ряд причин, перш за все процес глобалізації, де англійська мова відіграє важливу роль.

Метою статті є аналіз запозичень англomовного походження, які фіксуються у вітчизняній рекламі на початку 21 століття. Її завдання - проаналізувати сфери використання англійських запозичень у сучасних вітчизняних мас-медіа і розкрити морфологічні особливості англomовних запозичень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання зазначеної проблеми. Використання англійських запозичень у сучасних вітчизняних мас-медіа були предметом дослідження таких фахівців, як Л.А. Антонова, Л.А. Баркова, Г.М. Кузнецова, Л.П. Макашина, М.В. Месхішвілі, Д.Огілві. Серед українських мовознавців дослідженню реклами присвятили свої праці О.М. Балакірева, Л.П. Березовець, О.А. Василевський, Н.М. Лисиця, Л.Д. Маєвська, І.П. Мойсеєнко, О.І. Панченко.

Виклад основного матеріалу. В кінці двадцятого і початку двадцять першого століття, Україна переживає період, який характеризується інтенсифікацією його відносин з англomовним населенням, який також приносить з собою лексичні запозичення. Використання слів з іноземним походженням стає все більш помітним у мові українців. Приплив таких слів має ряд причин, перш за все процес глобалізації, де англійська мова відіграє важливу роль.

Мова всіх українських ЗМІ, як і засоби масової інформації в будь-якій іншій країні впливає на всі аспекти людського життя. Будь-які зміни в суспільстві, політичні, економічні чи культурні впливає на мову ЗМІ.

Окрім галузей науки і бізнесу, використання англійської мови також вимагається в сучасних технологіях, в індустрії моди та розваг, які в основному користуються великою популярністю серед молоді.

Окремий розділ повинен бути присвячений ролі сучасних засобів масової інформації, оскільки вони вважаються "найвпливовішими

джерелами у впровадженні нової лексики" в контексті інших мов [Макарова, 2012, с. 74].

За даними Розенгауза [2008, с. 277], широке використання англійських запозичень в даний час є трьома процесами, тобто прямим спілкуванням, системою освіти та засобами масової інформації.

Медіа в даний час є одним з найважливіших інструментів для поширення інформації. Сьогодні світове телебачення надає інформацію на будь-яку тематику, таку як політика, бізнес, спорт, технології, наука, мистецтво, музика, розваги тощо. І мета єдина - «всі говорять англійською мовою» [Доурінг, 1997, с. 38].

Більшість лінгвістів досліджують проблему англійських запозичень [Максимова, 2007; Черняк, 2002; Чернікова та Смілик, 2009]. Більшість з них погоджуються, що засоби масової інформації є одним з найважливіших джерел нових лексичних предметів. Засоби масової інформації розглядаються як найбільш вразливі до використання запозичених слів та неологізмів, і в порівнянні з іншими видами дискурсів, найпоширеніші запозичення [Максимова, 2007, р. 79]. Аналізуючи вплив англійської мови на лексику української мови, Чернікова та Смілик [2009, стор. 129] підкреслюють, що вони зустрічаються практично в кожній сфері: : esomony (баєр [bajer] < buyer), education (коледж [koledzh] < college), culture (перфоманс [perfomans] < performance), advertisement (біг-борд [big bord] < big board), the socio-political sphere (спічрайтер [spichraiter] < speechwriter), sports (ферплей [ferplei] < fair play), design (стайлінг [stailing] < styling), youth subculture (чіл-аут [chil-aut] < chill out).

Морфологічні особливості англійських запозичень. Англійська мова зростає як мова технологій у всьому світі. Дослідивши англійськомовний рекламний текст можна дійти до висновку, що в основі створення рекламних текстів лежать дві тенденції: стислість, лаконічність вираження та виразність, ємність інформації. Важливо зберегти початкову свіжість

інформації, донести її «вибуховий» потенціал, зосередивши текст у декількох легких для засвоювання та простих для запам'ятовування словах.

Висновки. Виникнення нових реалій зумовлює появу нових слів, у тому числі значної кількості запозичень. Унаслідок глобалізації повсякденного життя лексичний склад сучасної української мови поповнився англіцизмами, що дало змогу значно розширити її номінативні можливості. В українській мові з'явилися нові шари лексики на позначення новітніх реалій (товарів іноземних фірм-виробників, нових видів спорту, явищ молодіжної музичної культури).

Проведений аналіз використання англійських запозичень у сучасних вітчизняних мас-медіа, дозволив виділити лексичні запозичення англійського походження, сферою найбільшого використання яких є мас-медіа. Виникнення нових реалій зумовлює появу нових слів (запозичення).

Проведений аналіз функціонування запозичень з англійської мови доводить, що вживання більшості з них зумовлене їхньою появою в певних сферах діяльності – науки, техніки, культури, спорту, побуту. При цьому спостерігається два напрямки руху слів: від відповідної сфери до реклами (переважно), від реклами до загальної мови (рідше, переважно в побутовій лексиці). Отже, в кінці двадцятого і початку двадцять першого століття, Україна переживає період, який характеризується інтенсифікацією його відносин з англомовним населенням, який також приносить з собою лексичні запозичення.

Література

1. Ажнюк Б.М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації // Мовознавство: №3. – 2001.
2. Биби́к С. П., Сюта́ Г. М. Словник іншомовних слів / С. П. Биби́к, Г. М. Сюта – Харків : Фоліо, 2006. – 623 с.

3. Войцеховський М. В. Що треба знати про рекламу // Дебет-кредит : № 32. - 2007.
4. Гуманітарний вісник. Серія – іноземна філологія. Проблеми сучасної світової літератури та лінгвістики. Число Сьоме – Черкаси : ЧДТУ, 2003. – 181-183 с.
5. Гуманітарний вісник. Серія – іноземна філологія. Проблеми сучасної світової літератури та лінгвістики. Число Дванадцяте – Черкаси : ЧДТУ, 2008. – 105-108 с.
6. Голдованський Ярослав. Словник англіцизмів. – Луцьк. URL: <http://www.slovnyk.lutsk.ua/>
7. Запозичення з англійської мови // Ющук І. П. Українська мова: Підручник. – 3-є видання. — К.: Либідь, 2006. – 209 с.
8. Комп'ютерний сленг. URL: [http:// netiquette4uth.blogspot.com](http://netiquette4uth.blogspot.com)
9. Пономарів О. Д. Сучасна українська мова / Пономарів О. Д., Різун В. В., Шевченко Л. Ю. – К. : Либідь, 2008. – 480 с.
10. Почепцов Г. Паблік рілейшнз для професіоналів // Паблік рілейшнз. Київ - 2005. Видання 6.
11. Сніцар В. П. Аналітичний огляд літератури з проблем новітніх англомовних запозичень у лексико-семантичну систему української мови / В.П. Сніцар // Вісник КНЛУ. – № 1. – К., 2012. – 251с.