

ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра української мови

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**«Стилістичні функції англіцизмів (на матеріалі сучасної
української прози)»**

Студентки 2 курсу 2МУУЗ групи
Освітньої програми Середня освіта.
Українська мова і література
Спеціальності 14. 01 Середня освіта
(Українська мова і література)
Галузі знань 01 Освіта / Педагогіка
Ступеня вищої освіти магістра
Кравчук Наталії Михайлівни

Науковий керівник: кандидат
філологічних наук, доцент **Кухар Н.І.**

Розширена шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка: ECTS _____

Голова комісії

Члени комісії

Вінниця – 2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. СПЕЦИФІКА АНГЛІЦИЗМІВ ЯК ГРУПИ ЗАПОЗИЧЕНОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	
1.1. Актуальні питання функціонування запозиченої лексики.....	6
1.2. Загальна характеристика англіцизмів.....	15
1.3. Особливості новітніх запозичень з англійської мови.....	26
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ТВОРАХ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПРОЗАЇКІВ	
2.1. Лексико-тематичні групи англіцизмів.....	33
2.2. Семантичний обсяг лексем, запозичених із англійської мови....	45
2.3. Функціональна характеристика англіцизмів.....	51
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76

ВСТУП

Запозичення – один із продуктивних способів розширення лексичного складу будь-якої мови. В українському мовознавстві проблему запозичень вивчали різноаспектно: як результат мовних контактів; вплив запозичень на розвиток літературної мови у різні періоди; жанрово-стилістичне функціонування запозиченої лексики тощо. Цим питанням присвячено як монографічні, дисертаційні праці, статті, так і розвідки, опосередковано дотичні до проблеми (Б.М. Ажнюк, Є.А. Карпіловська, Д.В. Мазурик, П.О. Селігей, О.А. Стишов, Л.В. Струганець та ін.), зокрема, в аспекті контактології; з огляду на причини входження іншомовних слів у сучасну українську мову; з позиції характеру взаємодії мов; зважаючи на функціонування запозичень у лексико-семантичній системі мови-реципієнта; з позиції етапів і ступенів адаптації запозичень на різних мовних рівнях; з огляду на структурування запозиченої лексики за тематичними групами; в аспекті стилістичних функцій запозичень.

Англіцизми – це найбільш численна в українській мові група запозичень. Оскільки англійська мова має панівний вплив у світі й відома як така, що допомагає порозумітися представникам різних народів, саме з неї запозичують назви для нових явищ і реалій сучасності. Запозичення з англійської мови – як з американського, так і з власне англійського її варіантів, – часто трапляються в текстах сучасних українських мас-медіа, зокрема й на сторінках газет, в інших друкованих періодичних виданнях, художній літературі. Зауважимо, що найповніше і найяскравіше іншомовні лексеми, різнотипні за структурою та семантикою, спроектовані в художнє мовлення.

Англійські запозичення завжди використовувалися в українській мові, але особливо активне їх уживання спостерігається у другій половині ХХ – на початку ХХІ століття.

Метою нашої роботи є комплексний аналіз англійських запозичень, які вживаються у прозових текстах (з погляду джерел і шляхів запозичень, частотності вживання, семантики та стилістичних функцій).

Досягнення зазначеної мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) окреслити актуальні питання функціонування запозиченої лексики;
- 2) схарактеризувати особливості англіцизмів;
- 3) дібрати і систематизувати запозичену лексику з художніх творів сучасної української літератури;
- 4) за словниками іншомовних слів проаналізувати англіцизми;
- 5) розподілити запозичені слова за тематичними групами;
- 6) визначити особливості стилістичного вживання цих груп запозичених лексем.

Актуальність теми роботи зумовлена посиленою увагою науковців до запозиченої лексики як складника словникового запасу української мови та антропоцентричною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень, потребою систематизації іншомовних лексичних одиниць у сучасній українській прозі на семантичному та функціональному рівнях. Дослідження запозичень у цих аспектах відповідає сформованим сучасним категорійним підходам до вивчення мовних явищ, оскільки поєднує параметри як традиційної, так і нової лінгвістичної парадигми.

Об'єктом нашого дослідження є англіцизми як елемент художнього тексту. **Предметом** вивчення є функціонування лексичних запозичень з англійської мови, що увійшли до складу сучасної української мови протягом ХХ ст. – початку ХХІ ст., а саме семантичні особливості і особливості стилістичного вживання англіцизмів.

Джерельною базою роботи слугували тексти сучасних українських письменників: Любка Дереша, Сергія Жадана, Ірени Карпи, Софії Майданської, Євгенії Кононенко; зібраний ілюстративний матеріал складає близько 350 слововживань.

Теоретична цінність роботи полягає в тому, що дослідження дасть змогу розширити знання з галузі лексикології, детальніше дослідити словниковий склад української мови.

Практична цінність роботи полягає в тому, що результати дослідження можна використовувати на заняттях з української мови у середній і вищій школі. Зафіксований і проаналізований у роботі лексичний матеріал знайде застосування при розробці лекційних, практичних занять із сучасної української літературної мови.

Методи дослідження. Для досягнення загальної мети та розв'язання поставлених завдань використано низку методів: описовий із прийомами наскрізного виписування та систематизації – для відбору та інтерпретації фактичного матеріалу; зіставлення – для аналізу, синтезу й узагальнення наукових теорій; лінгвістичного спостереження та класифікації – для поділу мовних явищ на окремі групи на основі диференційних ознак через узагальнення, а також методики семантико-стилістичного аналізу – для розкриття значеннєвої та стилістичної своєрідності мовних засобів і закономірностей їх використання.

Апробація результатів дослідження. За матеріалами роботи виголошено доповідь :

1) на 1 Регіональній студентській науково-практичній конференції «Українська дитяча література: здобутки й перспективи розвитку». Тема доповіді: «Мовні особливості сучасної дитячої прози».

2) на звітній науково-практичній конференції викладачів, аспірантів і студентів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха(22-23 квітня 2019 року). Тема доповіді: «Стилістичні функції англіцизмів у художньому тексті».

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаної літератури, що нараховує 70 позицій, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінки.

РОЗДІЛ 1. СПЕЦИФІКА АНГЛІЦИЗМІВ ЯК ГРУПИ ЗАПОЗИЧЕНОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

1.1. Актуальні питання функціонування запозиченої лексики

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. – час неймовірного розширення політичних, економічних, наукових та культурних зв'язків України з іноземними країнами, що характеризується зростанням мовних контактів між країнами, їхніми представниками, носіями мов. Одним із яскравих прикладів вияву таких взаємовпливів є запозичення слів. Питома вага іншомовних запозичень у лексичній системі кожної мови безперервно зростає, постійно збагачує словниковий склад сучасних мов та впливає на їхній розвиток. Адже відомо, що чим глобальніші зміни в житті, тим інтенсивніші зміни в лексиці.

Лексичний склад сучасної української літературної мови зазнає безперервно та нерівномірно модифікацій. Сьогодення насичене саме тими подіями, які спричиняють значне оновлення нашого словника. Мова кожного народу функціонує й розвивається у контексті мов світу, тому всі спроби штучної ізоляції національної мови від інших мов суперечать об'єктивним законам розвитку людства і його найдивовижнішого феномена – мови. Процес запозичення слів з інших мов зумовлений певними чинниками: цьому сприяють як соціальні, а саме можливість українських громадян вільно подорожувати в інші країни, так і зворотній процес; відкритість українського суспільства; участь українських

представників у різних міжнародних конкурсах (мистецькі фестивалі, спортивні турніри); розвиток міжнародної комп'ютерної мережі; посилення зацікавленості до вивчення іноземних мов (зокрема обмін учнями, студентами), так і лінгвальні чинники.

Для української мови в останнє десятиліття характерними є такі процеси запозичення лексики: збільшення кількості слів іншомовного походження та розширення їхньої актуальності. Запозичення слів іншомовного походження включає їхнє неодноразове застосування на рівні мовлення, входження у лексико-семантичну систему української мови та засвоєння згідно із законами цієї мови. Усі проникнення чужомовних слів знайшли відбиття в текстах сучасної української художньої прози. Проблема входження та адаптації запозичень є надзвичайно актуальною для сучасних слов'янських мов і постійно викликає зацікавлення науковців.

Мовознавці виділяють екстралінгвістичні та інтралінгвістичні чинники запозичення лексики. До екстралінгвістичних належать контакти між народами, які передбачають близькість географічного розташування, економічні, промислові, політичні, культурні та наукові зв'язки. До інтралінгвістичних причин запозичень іншомовних слів відносять:

- потребу у поповненні, а то й створенні якоїсь лексико-семантичної групи, відсутньої або недостатньої в певний історичний момент у мові, що запозичає;

- потребу у семантичному обмеженні питомого слова, усуненні його багатозначності;

- вищий ступінь термінологічної визначеності запозиченого слова, яка склалася в мові-джерелі, порівняно з існуючим у мові, що приймає, відповідником [Сімонок, 12].

Однією із зовнішніх (екстралінгвістичних) причин мовних змін є контактування мов. М.Кочерган зазначає, що контактування мов може бути зумовлене такими чинниками: запозичення лексики і фразеології,

засвоєння артикуляційних особливостей іншої мови, зміною наголосу, зміною у граматичній будові мови, зміною у словотворі [Кочерган, 153].

В.Сімонок зазначає, що причиною запозичень можуть бути переваги однієї мови у якійсь галузі, або «... як говорять, престиж (престиж народу у військових, політичних, економічних відношеннях; духовному, літературному, науковому, релігійному житті тощо)» [Сімонок, 226].

Л.Архипенко зводить моду на запозичення та престижність іншомовного слова у єдину групу запозичень, яку називає *соціально психологічною*. Ця група запозичень часто приводить до невиправданих запозичень і до засмічення мови, яка запозичує. Автор виділяє 2 групи причин запозичень іншомовної лексики, надаючи пріоритет екстралінгвальним, які поділяються на економічні, суспільно-політичні, культурні та культурно-побутові, наукові, соціально-психологічні причини та лінгвальні.

Різні мови мають різний темп розвитку, що може бути зумовлене різними соціально-економічними, матеріальними та духовними умовами життя того чи того народу [Архипенко, 6]. Причиною появи запозичень у сучасній українській літературній мові є також розвиток семантичної системи: «Слова не тільки шліфувались, але й частково зникали в силу різних обставин. Якщо поняття, що називалися цими словами, залишаються у концептуальній картині світу, їх замінюють новими словами, взятими з цієї ж або з інших мов. Такі запозичення компенсують втрачені слова» [Сімонок, 300].

Серед основних причин появи іншомовної лексики в сучасній українській літературній мові можна виділити і вплив ЗМІ, одного із головних джерел, які передають лексику із однієї мови в іншу. Велику роль у поширенні запозичених слів відіграють білінгви – люди, які володіють українською та будь-якою іншою мовами. Вони часто вживають

запозичене слово замість українського, і це слово знаходить серед своїх слухачів людей, які можуть його вживати далі.

Серед лінгвальних (мовних) причин проникнення іншомовних слів у сучасну українську художню прозу, які роблять запозичення необхідними, можна виділити такі:

1) відсутність слова для називання нового предмета, явища, поняття: *волейбол, футбол, аутсайдер, ноутбук, сайт, ролик, бейсбол, бізнес-ланч, чізбургер, бізнес, комп'ютер, скаут, вестерн, гангстер, боулінг, трансвестит, шоу-бізнес, вікенд, супермаркет, ланч, саундтрек, тінейджер, тайм, ноу-хау, памперс, тренінг, сканер, хай-тек, маркетинг, слайд, диск-жокей, бадмінтон, круасан, маркер, бундесвер* тощо;

2) потреба у певному слові, у називанні для усунення непорозуміння між партнерами: *партнер, рейтинг, компанія, бізнесмен, бізнес, офіс, секретар, шеф, брокер, банк, дилер, компаньйон, купюра, гробсбук, маркер, комерсант, бухгалтер;*

3) необхідність спеціалізації понять у тій чи іншій сфері: *матч, тайм, тренінг, альфонс, терорист, конференц зал, саквояж, мансарда, котедж, сленг, коледж, баскетбол, волейбол, футбол, боулінг;*

4) потреба у позначенні комунікативно актуального поняття: якщо поняття торкається життєво важливих інтересів людей, то і слово, що його позначає, стає загальноживаним: *компанія, автостоп, ландшафт, тераса, маркетинг, торшер, комерсант.*

Зміни суспільно політичного, державного й економічного устрою України, зміна переважної форми власності, науково-технічний процес, – усі ці події та процеси мають постійний розвиток і, незалежно від свого позитивного чи негативного значення для українського суспільства, продовжують бути причиною запозичення нових слів.

«Іншомовні слова – слова з інших мов, які, на відміну від запозичених слів, не засвоєні повністю мовою, що їх запозичила, усвідомлюються мовцем як чужорідні й зберігають ознаки свого

походження. Це виявляється як у їх формі, так і в семантиці» [Українська мова. Енциклопедія, 209]. Залежно від характеру запозичень, розрізняють також запозичені слова, інтернаціоналізми, іншомовні вкраплення, або варваризми, екзотизми, кальки. Розглянемо кожне з наведених понять.

Термін «запозичені слова» традиційно розуміють як «іншомовні слова, цілком засвоєні мовою, що їх запозичила. Запозичені слова не сприймаються мовою як чужорідний елемент і не потребують пояснень щодо форми і значень. На відміну від іншомовних слів, які розглядаються у спеціальних словниках, запозичені слова подаються в загальних словниках разом з питомою лексикою» [Українська мова. Енциклопедія, 194].

Інтернаціоналізм – «слово або вислів, що належать до спільного етимологічного фонду ряду мов, близьких за походженням або історичною належністю до певної зони. Інтернаціоналізми становлять важливе джерело спільної лексики та фразеології, особливо термінів, у мовах, де вони поширені» [Українська мова. Енциклопедія, 194]. Дослідники наголошують, що інтернаціоналізм – «це не бажання допомогти іншому позбутися своєї мови, а навпаки, бажання і вміння бути корисним у розбудові його мови, розширенні сфер її вживання, розквіті. Адже інтернаціональне не існує само по собі як загальне в окремому, як його частина. Отже, чим багатше й різноманітніше національне, тим глибше й змістовніше інтернаціональне» [Іванишин, 110].

Деякі науковці вважають, що статус інтернаціоналізму слово може отримати за умови функціонування в трьох неспоріднених мовах. Зауважимо, що технічний та інформаційний бум кінця ХХ – поч. ХХІ ст. призвів до необхідності міжнародного обміну інформації, що було б неможливим без єдиного мовного коду, чим і стала в цьому разі інтернаціональна термінологія. Отже, потреба у словесному позначенні нових понять і явищ довкілля, відсутність в українській мові адекватних найменувань актуалізують процес запозичення інтернаціоналізмів.

Сьогодні це насамперед безпосередні запозичення з англійської мови типу *хакер, дайджест, евтаназія, кілер, лізинг* тощо.

Варваризм – «іншомовне слово або вираз, ще не засвоєні мовою, яка запозичує, через труднощі граматичного засвоєння (наприклад, незмінність для флективних мов, невідповідність нормам реципієнтної мови). Варваризми використовуються для опису звичаїв, побуту, реалій життя іншого народу, для передачі мовлення чужоземців» [Селіванова, 87.]. Це можуть бути етнографізми та екзотизми. При цьому варваризми не називають іншомовних реалій, мають відповідники в українській мові та легко можуть бути «перекладені» шляхом заміни своїми відповідниками

С. Чемеркін наголошує, що наприкінці ХХ – на поч. ХХІ ст. в українському мовному просторі з'явилося чимало варваризмів, іншомовних украплень. Часто використовується латинська графіка. Це «наслідок колосальних темпів запозичення українською мовою слів здебільшого з англійської мови – власних назв (компаній, організацій, закладів), термінів на позначення економічних, суспільно-політичних процесів, слів зі сфери комп'ютерних технологій тощо» [Чемеркін, 124].

Подібне явище яскраво виявляється в сучасній мові ЗМІ. Найчастіше це назви компаній, організацій, наприклад *McDonalds, Microsoft, WWF* тощо. Виникає низка проблем для функціонування подібних мовних знаків: трансформація власними мовними ресурсами, кодифікація, вимова.

С. Чемеркін однозначно вважає, що «запозичене слово, узвичаєне в мовній практиці, на письмі повинно відтворюватися українськими літерами, що природно для мови і свідчить про позитивну динаміку розвитку мовної системи» [124]. Т. Космеда також зауважує, що в мові сучасної преси простежуємо вживання слів-варваризмів, запозичених із російської мови, що змінили своє ідеологічно-оцінне значення з позитивного на негативне, напр. *большевік, совети, Советський Союз* [Космеда, 46–47].

Екзотизми – «слова чи вислови, запозичені з інших, переважно маловідомих мов» [Українська мова. Енциклопедія, 147]. На думку Т. Космеда, екзотизми – це безеквівалентна лексика, запозичена іншою мовою. Проте мовознавець виокремлює критерії, за якими безеквівалентна лексика стає екзотичною. Це, насамперед, частота вживання слова, його належність до активного чи пасивного складу мови. Екзотичність зникає, якщо безеквівалентну лексику, запозичену кількома мовами, активно вживають носії цих мов, наприклад: рос. *борщ, вареники*, укр. *пельмені, щі*. [Космеда,174].

Екзотизми активно використовують у художній літературі зі стилістичною метою, однак вони можуть перейти до основного лексичного фонду мови. Деякі мовознавці до екзотизмів зараховують і власні назви, оскільки їх не можна перекладати (тоді вони втрачають національну специфіку).

У науковій літературі, що стосується проблем запозичення, використано й термін етнографізм, хоч зазвичай явище, окреслене цим терміном, не стосується безпосередньо запозичення. Цей термін переважно використовують стосовно явищ культури, автентичних предметів побуту, традицій народу тощо, стосовно тієї мови, в якій вони є первинними: етнографізми укр. *оглядини* і рос. *смотрины*, що є назвою давнього українського й російського звичаю. У польській мові, наприклад, ці лексеми відносять до екзотизмів (відповідно українського чи російського походження). Однак у системі мови, звідки вони походять, їх кваліфікують як етнографізми. Отже, етнографізми однієї мови можуть трансформуватися в екзотизми чи варваризми іншої мови.

Калька – «слово чи вираз, які є буквальним перекладом іншомовного слова або виразу» [Українська мова. Енциклопедія, 219]. Калькування, як відомо, є одним із популярних процесів поповнення лексичного складу мови. Традиційно науковці виокремлюють відповідні типи кальок: у новому термінологічному словнику А. Загнітко виділяє лексичні

(структурно-семантичні, словотвірні, семантичні), фразеологічні та синтаксичні кальки [Загнітко, 10].

О. Селіванова виокремлює словотвірні, семантичні, словотвірно-синтаксичні, синтаксичні, фразеологічні кальки. Якщо калькування часткове, тобто одна з частин слова залишається у вигляді елемента мови, з якої відбувається запозичення, то такі новотвори, як відомо, називаються напівкальками. Основним джерелом запозичень, калюк сучасної української мови другої половини ХХ ст. була російська мова.

Однак, неконтрольоване калькування може приносити конструкції, не притаманні мовній системі, що призводить до порушення самобутності мови, витіснення з ужитку питомих слів, а також до небажаної заміни власних словотворчих елементів іншомовними. Ю. Шевельов з цього приводу зауважував, що «калькування більш сприяє збереженню своєрідності мови, ніж пряме запозичення. Одначе це не завжди так. Окремі чужі слова (...) поступово принатурюються до мови і кінець кінцем підлягають її законам, так що часто їх не розпізнаєш. Навпаки, при великому використанні калюк мова поступово скоряється чужим для неї законам словотворення, пов'язання слів у реченні і може з часом зовсім утратити свою внутрішню своєрідність» [Шерех, 38–39].

З огляду на те, що лексика є динамічною та найбільш проникливою для іншомовних запозичених слів, можна вважати, що лексичні запозичення найбільш поширені в українській літературній мові, як і в кожній іншій мові. Причому давні запозичення, як традиційно вважають мовознавці, сягають класичних мов, навіть якщо на слов'янський мовний ґрунт, зокрема й український, вони потрапили через живі романські мови, переважно французьку та італійську. У деяких словниках біля однослівних термінів походження останніх зафіксоване, напр.: *абандон* (фр.), *абсентеїзм* (лат.), *аваль* (фр.), *аванс* (фр.), *аверс* (фр.), *авізо* (італ.), *авторкія* (гр.), *авуари* (фр.), *адаптація* (лат.), *ажіо* (фр.) тощо.

Запозичення ж сучасного періоду – це переважно англіцизми: *екс-райт, кліринг, ноу-хау, фло-прайс* тощо.

Деякі вчені, зокрема й Л. Архипенко, поділяють процес запозичення на дві фази: перша – входження, а друга – освоєння, а також на етапи освоєння слів іншомовного походження в мові, що запозичує. Дослідниця «виділяє початковий етап, етап поглиблений і етап повної адаптації. До першої фази належать варваризми, екзотизми, екзоніми» [29]. Другу ж фазу вона пов'язує з двома етапами освоєння іншомовних запозичень: з етапом поглибленим й повної адаптації.

Екзоніми – «усі іншомовні слова, які увійшли в українську мову внаслідок «миттєвого» запозичення, і слова, які почали адаптуватися в мові-рецепторі й перебувають на початковому етапі адаптації» [Архипенко, 29]. Зазначений термін менш поширений в українському мовознавстві, хоч його потребу й обґрунтовує Л. Архипенко.

Т. Космеда наголошує, що сучасна лінгвістика вимагає нового погляду на явище запозичення з урахуванням тих нових напрямів мовознавства, які активно розробляються наприкінці ХХ ст., насамперед прагмалінгвістики [9]. На її думку, «сама по собі орієнтація мовознавства на чуже (запозичене) слово є, по суті, її орієнтацією на прагматику тексту, мовлення» [Космеда, 43].

Т. Космеда актуалізує з цього приводу думки В. Волошинова, який зауважив, що від давнини і до сьогодення філософія слова й лінгвістичне мислення спираються на специфічне відчуття чужого, яке сприймається, без сумніву, інакше, ніж своє. Вона також наголошує, що з явищем запозичення пов'язані й прагмалінгвістичні категорії оцінки, емоційності, експресивності. «Чуже» слово по-різному може сприйматися носіями мови залежно від ситуації спілкування, мети, яку перед собою ставить мовець, та інших чинників. Однозначним є те, що чуже слово сприймають специфічно, по-особливому.

Незважаючи на наявність великої кількості досліджень явища запозичення, широку репрезентацію терміна «запозичення» в традиційній і новій довідниковій лінгвістичній літературі, залишається низка нерозв'язаних проблем, а саме: більш точного визначення вимагає саме поняття «запозичена лексика», нез'ясованою залишається проблема співвідношення запозиченої лексики в системі української мови з власне українською; на яких тематичних групах найбільше позначився вплив інших мов; у яких жанрах мовлення, стилях і на якій території він найбільше виявляється; якою є еволюція запозичень у сучасній українській мові; особливості функціонування лексики іншомовного походження в говірках української мови; уточнення шляхів проникнення запозичених слів тощо.

1.2. Загальна характеристика англіцизмів

Англійська мова стала справді світовою мовою: нею володіє близько півтора мільярда осіб; вісімдесят відсотків наукових досліджень у світі вперше публікується англійською. Нею друкується близько п'ятдесяти відсотків з 10 000 щоденних газет. Англійська мова є рідною для 12 націй, які налічують 350 мільйонів осіб (Велика Британія, США, Канада, Австралія, Гренада, Барбадос, Гвіана, Ямайка, Багами, Тринідад та інші). Її словниковий запас налічує півмільйона слів. Нині американець чи англієць, подорожуючи світом, може розмовляти лише англійською, розшукати екземпляр «Times», придбати звичний для нього «Big Mac». Англійська мова має міцні зв'язки з іншими мовами індоєвропейської сім'ї, якими розмовляє третина людства.

Англіцизм – слово, його окреме значення, зворот тощо, які запозичені з англійської мови. Відомо, що слова іншомовного походження – це невід'ємна частина української лексики. Їх запозичення дуже тісно

пов'язане з історією нашого народу. Він вступав у багатоманітні політичні, соціально-економічні та культурні відносини з іншими народами світу, на різних етапах формування та розвитку власної державності. І таким чином, збагачував та зміцнював власну мову. Запозичення з англійської мови проникли в українську мову пізніше, ніж з французької чи німецької, головним чином у XIX та XX ст.; в основному, вони засвоювалися через російську мову.

У XVI столітті разом з успіхами зовнішньої торгівлі в російській мові з'являються перші іноземні слова, найбільше, англійського походження. Ці слова виступали разом з новинами, поняттями та товарами.

Другий період проникнення англіцизмів в російську та українську мову починається за часи правління Петра I. В цей час помічається активізація запозичень попереднього періоду, і звичайно подальше збагачення лексики за рахунок англіцизмів.

Третій пік появи англійських слів у російській та українській мовах – 20-ті роки XIX ст. В якості основного чинника процесу запозичення англійських слів була англофільна спрямованість Катерини II. Основними причинами престижу англійської мови в Росії, на думку дослідників, були:

- 1) закріплення та підвищення престижу Англії на світовій арені;
- 2) послаблення впливу французької мови через війну з Францією в 1812 р.;
- 3) формування в суспільній думці погляду на англійську мову як на мову прогресу;
- 4) створення протягом трьох століть сприятливих лінгвістичних умов, які, полегшували запозичення англійських слів;
- 5) збільшення англійської літератури, що сприяло виходу англійської мови із замкнутого кола верхівки до широких верств суспільства.

Наступний етап запозичень англіцизмів припав на 20-ті роки XX ст., на час, коли Україна формувалася як незалежна держава. У цей час в мові

з'явилися такі слова: *boom* – бум; *film* – фільм; *stand* – стенд; *jazz* – джаз; *dancing* – дансінг; *service* – сервіс; *sweater* – светр тощо.

Після 1925 року в мову прийшли англійські слова, такі як: *container* – контейнер; *television* – телевізор; *detektor* – детектор; *cocktail* – коктейль; *combine* – комбайн; *trolley-bus* – тролейбус тощо.

Кінець ХХ століття – переломний момент історії української мови, який поєднав два процеси:

- 1) розширення сфер вживання української мови у зв'язку з набуттям нею реального статусу державної;
- 2) збільшення питомої ваги іншомовних елементів в лексиці, причиною якого є збільшення взаємодії з країнами Заходу.

Відомо, що майже до кінця ХІХ ст. питання про доцільність чи недоцільність запозичення розглядалося з позиції проблеми чистоти мови: вчені та громадські діячі того періоду прагнули довести можливість заміни будь-якого запозиченого слова українським. І.Огієнко, І.Нечуй-Левицький та Б.Грінченко особливо наполягали на необхідності звільнення рідної мови від чужоземних запозичень. Одним із перших, хто переконливо обгрунтував необхідність іншомовних запозичень, був І.Франко.

Інтенсивне проникнення англіцизмів у систему національних мов – міжнародне явище, викликане насамперед глобалізацією, супутником якої в більшості країн є дво- чи багатомовність. Інформаційна і мовна інтервенція здійснюється через такі середовища, як телебачення й радіо, пресу, масову культуру, Інтернет, інформаційне обслуговування споживчого ринку, особливо через рекламу. Глобалізаційні впливи стають дедалі помітнішими в системі освіти. Цьому сприяє вивчення інформатики та англійської мови, зростання ролі Інтернету в освіті. Набуває поширення система дистанційного навчання й тестування через Інтернет, що не знає міжнародних бар'єрів, крім мовного.

Глобалізація загострює боротьбу за домінування в інформаційному просторі. Ідеться про суперництво не лише між медіа-концернами, але й

між національними мовами. На функціональну нішу російської мови в Україні сьогодні претендує не лише українська, а й англійська мова.

Глобалізація – це інформаційна відкритість, а отже, й інформаційна присутність чужоземних учасників комунікативного процесу. Видимою ознакою такої присутності в українських та російських ЗМІ стали останнім часом іншомовні вкраплення, тобто одиниці, що зберігають незмінною англійську графіку, а не записуються українськими літерами. Найчастіше це аббревіатури, наприклад *VIP-клас*, *FM-станція*, *PC* у значенні «комп'ютер», а також логотипи міжнародних корпорацій *McDonald's*, *Coca-Cola*, *Philips Morris* тощо. Наявність таких одиниць можна кваліфікувати як вияв маргінального білінгвізму; тут ідеться вже не про запозичення в його класичному вигляді, а радше про перемикання кодів, тобто спорадичні переходи з української мови на англійську мову.

Хоча вже у ХХ ст. виділялись причини іншомовних запозичень, але, по-перше, не було розмежування екстралінгвальних та лінгвальних причин, по-друге, не було достатньої зорієнтованості на встановлення зв'язку причин запозичення з процесом освоєння слова у мові-рецепторі.

Наприкінці ХХ - на початку ХХІ ст. активізувалися також українсько-англійські мовні контакти, результатом яких стала значна кількість запозичень у різних сферах діяльності: в економіці (*фандрейзинг*, *баєр*, *лот*); у суспільно-політичній сфері (*апліканти*, *омбудсмен*, *нюсмейкери*, *спічрайтер*); у засобах зв'язку, ЕОМ (*роумінг*, *баннер*, *лептон*, *і-мейл*, *он-лайн*); в науці, культурі, освіті (*едиція*, *перфоманс*, *коледж*, *гендер*, *уфологія*, *фентезі*), зокрема у молодіжній субкультурі (*ді-джей*, *рейв-культура*, *чил-аут*), у масовій культурі (*трилер*, *блокбастер*, *хепі-енд*); у спорті (*стритбол*, *маунтинборд*, *скейтинг*, *ферплеї*); у побуті (*фліпси*, *хот-дог*, *сигнет*, *памперси*, *стенлер*); у ЗМІ (*копірайтер*, *програма у стилі «лайф»*, *інтерв'юер*); у рекламі (*слоган*, *біг-борд*, *басорама*, *набліситі*, *шоуінг*); у дизайні (*стайлінг*).

Це зумовлено розмаїттям позамовних чинників, об'єктивних і суб'єктивних: розвитком економічних зв'язків, впливом стилю американського життя, модою на іноземні слова, досягненнями англійських країн в окремих сферах діяльності, поживленням культурних зв'язків, двомовністю, умовами функціонування української мови, зрушеннями комунікативно-прагматичного характеру, престижем англійської мови, стереотипи сприйняття США та Великої Британії пересічним громадянином, вживанням англіцизмів для демонстрації освіченості або неординарності та внутрішньомовними потребами:

необхідністю назв для нових предметів, процесів, понять (*пейджер, хакер, пейнтбол, модем*),

прагненням мовної економії (*копірайт - авторське право, лейбл - товарна етикетка з фірмовим знаком, дартс - метання дротиків, чил-аут - місце для відпочинку у танцювальних закладах*),

потребою поповнити експресивні засоби (*бакси, унс, о'кей*),

уточнити, деталізувати поняття (*хайтек-компанія, медіа-ринок, веб-дизайнер*),

поділ сфери семантичного впливу (*бейдж - посвідчення особи на конференціях, форумах, з'їздах, рентинг - короткотермінова оренда машин, постер - плакат у періодичному виданні, рієлтер - агент, торговий посередник з продажу нерухомого майна*).

Однією з найактивніших сфер залучення до української мови нової англійської лексики є реклама та засоби масової інформації. Через мову реклами та ЗМІ до українського лексичного складу потрапляє значна кількість англійських запозичень. Особливо інтенсивно такий процес відбувається в останні десятиліття. Варто зазначити, що лінгвістична мода у своєму існуванні легко долає міждержавні кордони. Це обумовлено особливостями сучасного масового виробництва і вжитку, розвитком засобів комунікації, культурних контактів.

Саме у такий спосіб у сучасну українську мову (як і в інші мови світу) потрапила велика кількість слів англійського (американського) походження. Переважна більшість цих слів – технічні нововведення та перспективні (прибуткові) види і сфери діяльності (наприклад, *комп'ютер, дисплей, факс, файл, вінчестер, бізнес, холдинг, грант, тендер, брокер, менеджер, спонсор, піар, наблік рилейшнз, саміт, екзит-пол, віп-місця, імідж, кілер, бодигард, прайм-тайм, спічрайтер, спонсор, сек'юриті, римейк, блокбастер, екшн, ріаліті-шоу* тощо).

Сучасні тенденції у загальнолітературній мові позначені особливо активним функціонуванням різних груп маркованої лексики. У зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу, інтелектуалізацією суспільства простежується тенденція до моди на використання книжних стилістично маркованих слів, зокрема спеціальних іншомовних термінів.

Вийшли за межі терміносистем та активно функціонують і в приватному мовленні, і в мові ЗМІ такі, наприклад, слова: *акція, акциз, бізнес, бізнесмен, дивіденд, брокер, маркетинг, інвестор, спікер, спонсор, менеджер, дилер, інфляція, імпічмент, інавгурація, авторитаризм, тоталітаризм* тощо. Сучасна українська літературна мова в останні роки поповнилася великою кількістю англіцизмів, серед яких представлені різні частини мови. Усі ці лексеми активно вживаються у повсякденному спілкуванні, наприклад:

- іменники: *піар, наблік рилейшнз, саміт, екзит-пол, віп-місця, імідж, кілер, бодигард, прайм-тайм, спічрайтер, спонсор, сек'юриті, римейк, блокбастер, екшн, ріаліті-шоу, дилер, брокер, кліпмейкер, ньюсмейкер, хендлер, хакер, трейдер, тинейджер, юзер, серфер, провайдер, геймер, промоутер, дистриб'ютор, гендер, шейпінг* тощо;

- прикметники: *гендерний, ф'ючерсний, офшорний, пейджерний, блістерний, бартерний, інтерфейсний, трансгенний, мультимедійний, дистриб'юторський, дилерський, брокерський, ріелторський, рейтинговий, хітовий, моніторинговий, консалтинговий* тощо;

- дієслова: *сканувати, дисконтувати, пресингувати, спонсорувати, шунтувати, моніторувати, факсувати* тощо;

- дієприкметники: *сканований, зомбований, приватизований, ламінований* тощо.

Процес новітнього запозичення англіцизмів в українську мову відбувається у межах загальної для всіх сучасних мов тенденції до універсалізації та інтернаціоналізації словникового складу. Специфікою сучасного періоду є те, що найчастіше за основу інтернаціональної лексеми обирається англійська за походженням номінація – власна або створена в англійській мові на базі латинських чи грецьких міжнародних елементів. Цьому також сприяє той факт, що англійська мова перетворилася на мову міжнародного спілкування та посіла місце засобу інтернаціональної комунікації.

Уживання чужомовної лексеми в українській мові завжди потребує певної адаптації до власних мовних законів. Численні англіцизми, що сьогодні вживаються у нашому усному та писемному мовленні, проходять певні етапи адаптації. На сьогодні в усній та писемній українській мовній практиці все активніше використовуються гібридні композити, перша основа яких становить іншомовну лексему в неадаптованій формі (часто – в іншомовній графіці). Це різновид вкраплень – уживання у тексті з певною змістовою або стилістичною метою слів у звуковій та графічній формі мови-джерела.

Сучасні неологізми, що використовуються в українському мовленні, можна класифікувати на групи:

- неологізми, які використовуються у тексті зі збереженням графіки мови-джерела (варваризми): *SMS (Short Message Service), PR (Public Relations), VIP (Very Important Person), Lady Speed Stick, Rexona Crystal, UMC, Gillet Series* тощо;

- неологізми транслітеровані кирилицею (макаронізми); при цьому одне слово може бути і варваризмом, і макаронізмом: *SMS /СМС, PR/ПР (піар), VIP/віп*;

- складні неологізми, де запозичені основи поєднуються з питомими: *SMS - повідомлення (з подальшою його трансформацію у SMS 'ка), Дах арктика, Gala лимон, Orbit білосніжний, Rex відбілюючий* тощо;

- неологізми з нестабільною орфографією: *месидж/месідж/меседж, офшор/офф-шор/оф-шор, іміджмейкер/імідж-мейкер, масмедіа/мас-медіа, пенсі-кола/пенсі кола*;

- неологізми, які активно беруть участь у словотворенні: *PR-щик, PRвідділ, політ-PR, віп-міся, офшорний, бартерний, дисконтний, ваучерний, рейтинговий, спонсорувати, спонсорство, ріелторський, екстримний, мультимедійний, серверний, сканерувати, провайдерський, іміджмейкерський*.

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

У переважній більшості сучасні неологізми англійського походження відповідають вимогам, що висуваються до слів-термінів: бути максимально точними та лаконічними. Запозичення часто відбувається саме задля економії мовних засобів порівняно з питомими чи калькованими описовими виразами. Наприклад: *бренд (розрекламована торгова марка певного товару), пертурбації (несподівана зміна звичайного стану), прайм-тайм (ефірний час на радіо і телебаченні, що охоплює максимальну кількість радіослухачів і телеглядачів), грант*

(грошова допомога на навчання чи наукове дослідження), фундація (пожертвування коштів на заснування чого-небудь), офшор (території, які забезпечують пільговий фінансовий режим із закордонними партнерами) тощо.

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

Адаптація сучасних варваризмів-англіцизмів до норм української літературної мови виявляється і в узгодженні зазначених нововведень із українськими лексемами у роді і числі: *Новий Dirol complete подвійної дії; Нова Rexona ніколи не зрадить; Orbit білосніжний; Pampers знає, що ваш малюк бажає; Rex відбілюючий.*

Таким чином, за умови збереження комунікативності і функціонально стилістичних обмежень запозичення стає одним із джерел поповнення сучасного словника української мови. Певний арсенал запозичених одиниць поступово стає частиною загальноживаної лексики. При цьому адаптація неологізмів відбувається у більшості випадків через мовлення реклами і засобів масової інформації, оскільки реклама і ЗМІ на сьогоднішній день є надзвичайно поширеними та мають певний вплив на широкий загал населення.

Активне запозичення і вживання іншомовних слів створює загрозову мовну ситуацію: функціонування у мові дублетів (*міленіум – тисячоліття, офіс – контора, наблісити – реклама, блокбастер – бойовик, аплікант – заявник*), збільшення кількості небажаних омонімів (*кеш – економічний та комп'ютерний термін, шейк – коктейль і танок*), запозичення власних назв без перекладу (*Muppets-show, на відміну від*

перекладених – «Прихована камера»), вживання штампів-варваризмів (*no problem, no comment, made in, and company*), запозичення прислівників та вигуків (*vaу, o'кей, фіфті-фіфті, міді*), що мають на меті імітувати чуже.

Нині перед українським мовознавством постала низка проблем, пов'язаних з функціонуванням нового гетерогенного матеріалу. По-перше, виникла потреба збільшити реєстр орфографічного словника української мови за рахунок лексичних запозичень, давши їм відповідне орфографічне оформлення. Гостро стоїть проблема унормування правопису запозичень (які слова писати в лапках, де подвоювати приголосні тощо).

По-друге, варто встановити чіткі критерії зарахування запозичень до складу української мови (розрізнити епізодизми, ефемеризми, спорадизми). Зокрема за частотою вживання іншомовного слова, наявністю в розмовному мовленні, у творах сучасних українських письменників (за винятком представників мас-культури), за ідіомотворчим потенціалом тощо.

По-третє, є потреба фіксувати контексти, у яких вживаються англіцизми (зокрема розмовні ситуації), визначити засади етимологічної ідентифікації (з якої чи з якої через яку мову запозичено), врахування культурного та країнознавчого компонента. При написанні відповідних лексикографічних праць варто зважити на випадки зіткнення мовної традиції та практики.

На думку дослідників, доцільним було б створення окремого словника складних слів та словосполучень, які запозичені українською мовою, з метою виявлення семантики складових, що характеризуються високим ступенем частотності: *борд* – *дошка* (*маунтинборд, сноуборд, скейтборд*), *саунд* – *звук* (*саундтрек, саунд-продюсер*), *мейкер* – *той, хто займається створенням* (*кліпмейкер, хітмейкер*), *райтер* – *той, хто займається написанням* (*сонграйтер, спічрайтер*). Це перешкодить тенденції до втрати внутрішньої форми запозиченнями, а також сприятиме пошуку відповідників в українській мові.

В українському мовознавстві з'явилася низка досліджень, присвячених окремим аспектам функціонування англіцизмів. Так, науковці намагалися дати загальну характеристику англійським запозиченням (О. Дьолог, І. Каминін, О. Зеленін), розглядали семантичні групи (М. Агапоненко, В. Сінгалевиц, Н. Попова), доцільність використання та вплив на культуру мови (М. Каранська, Т. Зогоруйко, І. Фаріон, Т. Кияк, Г. Шаповалова).

Були також спроби розглядати функціонування англіцизмів, однак це робилося лише з точки зору їх уживання (С. Форманова, Т. Журова, М. Кириленко). Так, на матеріалі преси кінця ХХ – початку ХХІ ст. Л.М. Архипенко досліджує проблеми адаптації іншомовних лексичних запозичень в українському мовному середовищі. Автор виокремлює три етапи освоєння запозичень у мові і мовленні (початковий, поглиблений, етап повного освоєння); аналізує причини запозичень, розглядає їхній вплив на результати адаптації іншомовних слів; визначає перспективність входження запозичених лексем до словника української мови тощо.

На матеріалі друкованих, електронних, теле- і радіомовних засобів масової інформації, художньої літератури, розмовного мовлення, словників некодифікованої лексики Я.В. Битківська аналізує семантичні процеси, які супроводжують появу новітніх англіцизмів на лексичному, словотвірному й граматичному рівнях.

Англійським запозиченням у мові сучасної української реклами присвячене дисертаційне дослідження С.А. Федорця. Автор з'ясовує шляхи входження до лексичної системи сучасної української літературної мови нових шарів лексики англійського походження на позначення назв комп'ютерної і побутової техніки, новітніх видів спорту; досліджує семантичні особливості новітніх запозичень, які увійшли до словникового складу сучасної української літературної мови через мову реклами; розглядає способи адаптації англіцизмів на ґрунті української мови;

аналізує специфіку функціонування сучасних рекламних текстів та способи використання англіцизмів у них.

Причини появи запозичень-англіцизмів в українських ЗМІ з'ясовують Н.Ф. Босак, В.А. Печерська; особливостям перекладу англійської кінотермінології українською мовою присвячена публікація О.В. Зосімової; новітні англіцизми в українській художній літературі аналізує О.В. Гурко, а в мові засобів масової інформації – В. Лєснова, О. Йолкіна.

У статті Т. С. Майструк «Стилістичні функції англіцизмів різних семантичних груп у текстах інформаційного стилю» йдеться про вживання стилістично забарвленої англійської лексики в текстах інформаційного стилю, визначаються найчастотніші семантичні групи узуальних англіцизмів та функціонально-прагматичний потенціал. Оказіональні англіцизми розглядаються як особливий різновид запозичень, які характеризуються більшим експресивним потенціалом, ніж узуальні лексеми, і мають великий вплив на культуру мовлення.

У розвідці Т.А. Давиденко «Іншомовні лексеми в жіночій прозі к. ХХ – п. ХХІ ст.» розглянуто іншомовну лексику в мові прозових творів Є. Кононенко, М. Матіос, С. Майданської, простежено її роль у розкритті авторського задуму, індивідуалізації й етнографічній ідентифікації героїв прозового твору, встановлено стилістичні функції чужомовних елементів.

Незважаючи на велику кількість праць, присвячених англійським запозиченням, недостатньо розкритими залишаються питання стилістичних функцій англіцизмів, поза увагою залишалася сама специфіка функціонування, тобто роль англіцизмів в українській мові. Проте стилістичне забарвлення англійських запозичень у художніх текстах виявляється в основному яскравіше, ніж, скажімо, у текстах публіцистичного стилю.

1.3. Особливості новітніх запозичень з англійської мови

Опрацювавши українські словники іншомовних слів кінця XX – початку XXI ст., матеріали україномовної періодики та телевізійних передач цих років, Н.О. Попова уклала реєстр новітніх англомовних запозичень (нових слів і нових значень) кількістю близько 750 одиниць, без залучення спеціальних термінів, а також детермінологізовану лексику, що трапляється в не фахових текстах, а в публіцистиці – в науково-популярному трактуванні їх значення. З метою порівняльної характеристики сучасного періоду з попередніми в її дослідженні використано реєстри корпусу англіцизмів в українській мові 30-х рр. (550 слів), 70-х (770 слів), 80-х (850 слів) та 90-х – 2000 р. (790 слів), укладені на основі матеріалів українських словників іншомовних слів, виданих у зазначені періоди.

На думку дослідників, існує низка особливостей тематичного складу входжень сучасного етапу в порівнянні із запозиченнями попередніх періодів. Відомо, що, аналізуючи мовну природу запозичень, етапи входження, шляхи запозичення, функціонування, рівень адаптації, лексичний склад сучасної української літературної мови, науковці пропонували різноманітну тематику слів іншомовного походження, беручи до уваги при цьому різні критерії.

Так, О. Лисенко поділяє іншомовну лексику за такими групами: хімія, фізика, математика, машинобудування, металургія, поліграфія, будівництво, медицина, сільське господарство, столярство, гірнична, морська, військова, текстильна справа, спорт [16].

Г.Кьорян зосереджує свою увагу на таких тематичних групах, як лексика народного побуту, слова, що позначають природні явища, рельєф, рослинний та тваринний світ та лексеми-професіоналізми [14].

На думку О.Степанюк, вичерпною є така класифікація: лексика, пов'язана з суспільно-державним ладом; назви осіб; побутова лексика;

назви ігор, фігур; спортивна лексика; літературно-мистецька лексика; назви понять, пов'язаних із наукою та освітою; назви будівель, споруд, приміщень та їх частин; назви установ, підприємств, закладів; назви засобів пересування; назви шляхів сполучень; назви, пов'язані з військовою справою; назви числових понять; назви мір; форми звертання; релігійна лексика; абстрактна лексика; лексика, що характеризує почуття, стан, поведінку людини; різне (слова, які не можна віднести до зазначених вище тематичних груп) [15].

Новітні англіцизми, на думку Н.О. Попової, складають такі тематичні групи:

економіка, банківська справа і фінанси (26%);

культура: кіно, телебачення, музика, розваги (22,5%);

комп'ютерна техніка й технологія (15,5%);

спорт (8,5%);

побутова техніка й сервіс (8%);

політика й суспільство (7,5%);

страви та напої (3%);

тварини (2,5%); медицина (2,5%);

одяг і тканини (2%);

канцелярське приладдя та офісна техніка (2%).

У всіх групах досліджуваних англіцизмів було виявлено 105 назв осіб (14%) [Попова, 7-9].

У дисертаційному дослідженні Л.Архипенко встановлено, що в сучасних умовах основним способом запозичення англіцизмів у систему української мови є пряме, безпосереднє запозичення (близько 80 відсотків), напр., *банкінг, драйвер, стенд-бай, геймер, айсбординг, кікбоксинг, фітнес, бебі-бум, саміт, фастфуд, секонд-хенд, скринінг* тощо.

Іншим способом запозичення є використання англійської мови як мови-посередниці (20%).

Серед англiцизмiв цiєї групи вона виокремила такі структурні типи:

- 1) слова латинського або грецького походження, запозичені спочатку в англійську, а потім з неї – в українську мову (41%): напр., *асистанс, ірейта, триплікат*;
- 2) слова, штучно створені в англійській мові з латинських або грецьких елементів (6,5%): напр., *телепроект, трансген, парамедик*;
- 3) слова, які виникли в англійській мові на основі грецького або латинського елемента та англійської частини (30%): напр., *суперхіт, телебос, мультилок, інтерфейс*;
- 4) слова інших мов (турецької, малайської, ірландської, шведської, арабської, французької, німецької, італійської), які спочатку були запозичені в англійську, а потім через її посередництво – в українську мову (14%): напр., *франкування, кетчуп, зомбі, омбудсмен*;
- 5) слова, що з'явилися в англійській мові на основі англійського компонента й запозиченого з інших (не грецької та латинської) мов (8,5%): напр., *айс-ревью, сафарі-парк* [Архипенко,46-49].

Серед проаналізованих англiцизмiв зафіксовано:

повні (80%) – слова безпосередньо англійського походження: англійська мова є мовою-джерелом і до їх складу входять лише власне англійські компоненти (*рентинг, димайз-чартер, ньюс-реліз, офшор, овертайм, кліп, плеєр, сингл, хіт, скотч, бультер'єр, топ, гейт-крешер* тощо);

часткові (20%):

а) гібридні слова (*поп-зірка, порнозірка, інтернет-послуги*);

б) слова з іншомовними основами й питомими афіксами (*канцелірування, спонсорство, постерний, дилерський, силіконовий*).

За способом творення новітні англiцизми також поділяються на кілька груп. Найчисленнішу з них становлять лексеми, утворені морфологічним способом: напр., *спонсорувати, джінсовий, леді-бос, джентльмен-шоу, бізнес-програма*; внаслідок неморфологічного

словотвору – поява нового значення: напр., *тендер, драйв, вінчестер, бустер*.

Завдяки семантичній деривації в сучасний період розширила свій семантичний обсяг певна частина запозичених у попередні часи англіцизмів. Додаються нові запозичені значення – і розвивається або збільшується полісемія (*тендер, інтерв'ю, лабрадор, скутер, інсайд, кросинг, фрізер*). В існуючих значеннях запозичень також відбуваються семантичні зрушення (*менеджер, спікер, трейдер, аутсайдер, брокер, бос, афіліація*) з одночасним зростанням частотності вживання таких лексем.

Н. Гудима зауважує, що існує певна система пріоритетів у таких семантичних перетвореннях, пов'язаних із мовними та позамовними чинниками, які впливають на формування семантики слів і регулюють взаємовідношення етимона й запозичення.

Запозичення англіцизмів являє собою результат взаємодії української та англійської мов. При накладанні поняттєвих і, відповідно, мовних систем виявляються лакуни. Відбувається заповнення таких лакун – запозичується реалія, поняття про неї та назва відповідно до законів «семантичного» трикутника. Важливу роль у процесі закріплення того чи іншого значення запозичення в системі мови-реципієнта відіграє денотат, оскільки в українській мові втрачається внутрішня форма такого слова англломовного походження.

Семантична структура нової запозиченої номінації формується в українській мові самостійно, не повторюючи семантичну структуру етимона в мові-джерелі. Запозичується, зазвичай, окреме значення або декілька значень. Крім власне нових лексем-запозичень, у сучасний період активізувалися найменування, запозичені в попередні часи, в яких з'являються нові значення (напр., *біль-брокер, алієнація, інсайд, інтерв'ю, спікер, дисконт, лабрадор, менеджер* тощо).

Іноді змінювався не тільки семантичний склад назв, а й шлях та мова запозичення. Так, у «Словнику іншомовних слів», виданому в 1932 р., коли

вплив англійської мови ще не мав такої сили й інтенсивності, як за сучасних умов, зазначено, що слова *алієнація, афіліяція, донація* мають латинське походження; *дисконт, дисконтування, дисконтер* – запозичені з італійської мови. У сучасній же українській мові у зв'язку зі специфікою повторної актуалізації таких назв (вплив соціально-економічних зразків англійської мови) у словниках вказується посередництво англійської мови для цих запозичень.

Отже, наразі динамічні лінгвальні процеси сприяють не тільки входженню нових англійських запозичень в лексико-семантичну систему української мови, а й семантичним перетворенням запозичень попередніх років – уточненню, звуженню, розширенню семантики – зміні первинного значення, набуттю іншого, утворенню полісемічних номінацій.

Важливими чинниками семантичних зрушень деяких англіцизмів є зміна сфери функціонування лексичних одиниць, що зумовлено частковою детермінологізацією (переважно в сфері економіки, банківської справи і фінансів, а також комп'ютерної техніки й технології) під впливом позамовних факторів.

У 90-ті роки ХХ ст. також тривала українська «американоманія»: американізми стали приходити в українську мову вже не як екзотизми. Почалось активне поповнення нашої лексики з галузі економіки та інших сфер. Особливо популярним став американський сленг (*бакси, буч, дрінки*).

За сферами вживання англіцизми в українській мові класифікують на: загальноновживані англіцизми; англіцизми з обмеженою сферою вживання; спеціальні англіцизми; сленгізми/жаргонізми.

Загальноновживані англіцизми – це ті, що широко вживаються в різних соціальних і вікових групах мовців. З-поміж них виокремимо:

1. Англіцизми, що прийшли в українську мову давно й асимілювались нею. Вживання вільне: *лідер, бойкот, допінг, кекс, мітинг, спорт*.
2. Слова, що донедавна вважались надбанням «західного, капіталістичного світу», а тепер наповнюються українським змістом.

Колись вони мали негативний відтінок і використовувались з іронією: *бізнес, стриптиз, комікс, тінейджер, менеджер, шоу, джин* тощо.

3. Англійські лексеми, які стали популярними завдяки появі в них нових значень на українському ґрунті: *кемпінг, дансинг, мотель, рокер*.

4. Новітні англіцизми, які сьогодні мають досить часте вживання, швидко засвоїлися українською мовою: *дилер, ріелтор, дистриб'ютор, саміт, шейпінг, роумінг, ноу-хау, хіт, бартер*.

Спеціальні англіцизми – це слова та вислови, що вживаються групами людей, пов'язаних між собою професійними ознаками, родом діяльності, тобто спеціальні слова, відомі невеликому колу людей (спеціалістам із комп'ютерних технологій, банкірам, спортсменам, спеціалістам у галузі моди тощо). Уживання таких слів не означає, що їх значення зрозуміле всім носіям мови та що вони повністю засвоєні українською мовою, для цього в текстах і репортажах подається їхнє пояснення.

Англійські жаргонізми є певною визначальною рисою окремої групи молоді, а також уживаються в засобах масової інформації, художній літературі, виконуючи певну стилістичну функцію. Під сленгізмами/жаргонізмами розуміють англійські слова та вислови, які колись були характерні тільки для певних груп мовців (хіпі, рокери), а нині мають ширше вживання: *дрінк, дабл, лейбл, скул, топ, бренд, шоп, драйв*. Зауважимо, що англійські дієслова-сленгізми набувають показника українського дієслівного узгодження: *дрінкати – випити, спікати – говорити*.

Уся англо-американська лексика українського сленгу, на думку дослідників, може бути поділена на декілька предметно-тематичних груп:

- а) назви популярної музики: *бенд, реп, трек, чарт, хіт, ремікс, сингл*;
- б) назви одягу, взуття: *стрейч, слакси, легінси, топ*;
- в) найменування фаст-фуду: *гамбургер, біг-мак, джус, спрайт*;

г) номінації осіб: *кон, бейбітер, боді-гард, омбудсмен, бой-френд, супервумен.*

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ТВОРАХ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПРОЗАЇКІВ

Увагу сучасних дослідників привертає український прозовий текст, зокрема, належно вивчено цей період у літературознавчому аспекті (С.М. Андрусів, Ю.І. Андрухович, Н.Г. Білоцерківець, І. Гассан, Т.Н. Денисова, Л.Б. Лавринович, М.Г. Павлишин, Р.А.Семків, Г.М. Сиваченко, І.М. Фізер, Р.Б. Харчук), менше – в мовному плані (Н.В. Кондратенко, І.О. Дегтярєва). Творчість сучасних українських прозаїків віддзеркалює засвоєння нашою мовою культурних елементів інших народів, збагачує мовлення новими словами та виразами, що відображають прогрес сучасної цивілізації.

У сучасній прозі простежено тенденцію до розширення кількості запозичень, сленгізмів та вульгаризмів, що, на думку дослідників, відображає мовний стиль частини носіїв мови в сучасному світі. Англїцизми у творах сучасних прозаїків досить частотні, проте спеціального дослідження різних типів запозичень та стилістичних функцій таких лексем у прозі наразі немає.

2.1. Лексико-тематичні групи англїцизмів

Унаслідок систематизації та узагальнення фактичного матеріалу нами встановлено використання у мові сучасних українських прозових творів 6 основних лексико-тематичних груп англїцизмів. Зібраний із

творів ілюстративний матеріал опрацьовано за «Великим тлумачним словником сучасної української мови» (2007), «Словником іншомовних слів» (2000), «Нові слова і значення: словник» (2009) і двома англійськими тлумачними словниками (1982, 2006).

Літературно-мистецька лексика: музична термінологія; назви з галузі образотворчого мистецтва; назви з галузі літератури; назви на позначення понять театрального та сценічного мистецтва; назви з галузі фото- та кінодраматургії; назви на позначення понять у галузі циркової справи; мистецтво танцю; назви на позначення понять у галузі індустрії моди; назви осіб, які належать до літературно-мистецької лексики, напр.: *брейк, блокбастер, вестерн, гала-концерт, попса, соц-арт.*

(«Бач, якась боротьба, прямо тобі *регбі*, он і пожежники вже по голові дістали, а тут і тайм закінчується і команди неохоче тягнуться в тунель») [Жадан «Депеш Мод», 67].

Регбі [від англ. *rugby*, від назви англійської школи в м. Регбі (*Rugby*), де зародилася ця гра] – спортивна командна гра, за умовами якої гравці передають одне одному овальний м'яч, намагаючись приземлити його біля воріт суперника або забити у ворота; вид спорту.

«... і перетворює будь-яку пафосну, сплановану в штабах забаву на суцільний цирк...на *хіт-парад* вуличної невірноваженості ...» [«ANARCHY IN THE UKR», 334].

Хіт-парад [від англ. *hit* – удача і *parade* – парад, марш] :

- 1) газетно-журнальний чи радіотелевізійний список музичних виконавців, нагороджених або вибраних читачами, слухачами, глядачами;
- 2) публікація цього почесного списку в нарисі, інтерв'ю, репортажі або телепередачі у порядку отримання оцінок [Словник іншомовних слів, 644]).

Назви осіб: соціально-побутової сфери; сфери мистецтва; сфери спорту; сфери економіки та банківської справи; суспільно-політичної сфери; сфери релігії та філософії; військово-морської сфери; асоціальної

сфери; сфери техніки; сільськогосподарської сфери; сфери ЗМІ; сфери освіти та науки; сфери медицини; юридичної сфери, напр.: *бойфренд, букмекер, діджей, кельнер*.

Лексика, що характеризує емоційний стан та поведінку людини: *транс, манера, трюк, шарм, стрес, драйв, шок, мандраж, адреналін* («... коли в нього *стреси* чи що, він обов'язково блює, просто біда якась, коли починається сесія, до нього взагалі краще не підходити, такий чоловік») [Жадан «Депеш Мод», 54].

Стрес [від англ. stress, букв. – напруга] – емоційний стан людини, що виникає під впливом сильних переживань [Словник іншомовних слів, 864].

Назви комп'ютерної техніки та технологій; назви офісної техніки та канцелярського приладдя. Чимало запозичень належить до цієї тематичної групи. Це можна пояснити також запозиченнями реалій у позамовній сфері – у галузі комп'ютерної техніки, інформатики й інформаційних технологій, мережі Інтернет тощо, оскільки в українській мові відсутні відповідники на позначення певних предметів. І нині спостерігаємо постійне їх кількісне зростання: *сканер, ксерокс, сайт, слайд, тест, комп'ютер, ноутбук, ролик, ноу-хау, факс, диск, трек; сканер, ксерокс, маркер, плакат, факс, сейф* («Я через це завжди вмикаю всюди світло, телевізор, приймач, *ноутбук* свій ніколи не вимикаю, я боюся, розумієш?») [Жадан, «Біг Мак», 145].

Ноутбук [від англ. notebook < note – замітка і book – книга, букв. блокнот, записник]. Тип портативного мінікомп'ютера, що нагадує книжку; має значний об'єм пам'яті, сумісний із більш потужними комп'ютерами [Словник іншомовних слів, 472].

(«... взяв із собою касетний *плеєр*, натягнув фірмовий блайзер і пішов») [Жадан «ANARCHY IN THE UKR», 303]

Плеєр [англ. player, від play – приводити в дію] – компактний магнітофон із навушниками, що використовується тільки для відтворення записів [Словник іншомовних слів, 477]).

Назви одягу та взуття; назви тканин і прикрас: шорти, піжама, комбінезон, туалет, светр, джинси, кросівки, футболка, піджак, костюм, уніформа, джинси, панама, кліпси, гетри, бутси, блайзер, брезент («Піджак трапився мені за доволі цікавих обставин ...») [Жадан «ANARCHY IN THE UKR», 398].

Піджак [англ. pea-jacket] – верхня частина чоловічого костюма з відкладним коміром і бортами, що застібаються (н., двобортний п.) [Словник іншомовних слів, 469]).

Абстрактна лексика: хобі, транс, сленг, арго, манера, шарм, вікенд, стрес, ілюзія, перспектива, фіаско («Для нього це ніби хобі, проте дуже вагоме» [Дереш, «Культ», 132].

Хобі [від англ. hobby, букв. – коник, пристрасть]. Захоплення чим-небудь; улюблене заняття під час відпочинку, напр. колекціонування марок [Словник іншомовних слів, 738]).

«... американці просто забивають мізки всьому світові своїми *ноу-хау* на зразок пивних пляшок із різьбою чи холодного зеленого чаю в банках» [Жадан, «Біг Мак», 89].

Ноу-хау [від англ. know how – знати, як ...]. Технічні знання, досвід, документація, передача яких обговорюється при укладанні ліцензійних договорів та інших угод [Словник іншомовних слів, 472]).

Лексика іншомовного походження в сучасній художній літературі стає, насамперед, засобом стилізації, створення своєрідного «мовного колориту», інфільтрації іншомовної культури та мови в українську дійсність. Наприклад, «... це ж по курсу треба рахувати, невідомо, що там із *баксом*, із *баксом* все нормально» [Жадан, Деш Мод, 145].

Бакси [від англ. buck – долар]. сленг. Долари, іноземна валюта [Словник іншомовних слів, 73]).

«...аскетичний сніданок в ірландському *пабі*, з мінімумом алкоголю ... » [Жадан «ANARCHY IN THE UKR»,320].

Паб [англ. pub, від public house – народний, громадський будинок] – назва дешевих шинків (переважно у Великобританії) [Словник іншомовних слів, 442]).

«...в туристичному поході або на трансатлантичному лайнері, хто знає, що там у голові чоловіка» [Жадан «Біг Мак», 65].

Лайнер [англ. line – лінія] – 1) Велике швидкохідне, як правило, пасажирське судно, яке здійснює регулярні рейси до певного місця призначення; 2) Швидкісний багатомісний пасажирський літак [Словник іншомовних слів, 579]).

«...сиділи бізнесмени-люди й пили безалкогольні напої, заїдаючи їх чізбургерами» [Жадан «Біг Мак», 132].

Чізбургер [англ. cheeseburger, від cheese – сир і (ham)burger – гамбургер] – кругла булочка з продовгуватим розрізом, де знаходиться начинка, обов'язковим компонентом якої є сир [Словник іншомовних слів, 659]).

«... але я собі думав – *о'кей*, хай село відрізане від цивілізації, хай здерто дерматин, та хай навіть гучномовець не працює ...» [Жадан «ANARCHY IN THE UKR», 345].

О'кей [англ. o'key] – так; добре, відмінно [Словник іншомовних слів, 428]).

У прозових творах Є.Кононенко та С.Майданської зафіксовано активне використання варваризмів. **Варваризм** – це «іншомовне або створене за іншомовним зразком слово чи зворот, що зберігає структурні ознаки чужих мов, по-різному пристосовуючись до фонетики, морфології української мови» [Українська мова. Енциклопедія, 62].

Вкраплення тлумачать як «уведений у твір з певною змістовною або стилістичною метою уривок іншомовного тексту» [Українська мова. Енциклопедія, 82]. На нашу думку, більш доцільним є використання терміна «вкраплення», оскільки в ньому відображені лінгвостилістична

особливість іншомовної лексеми та спосіб її введення в українськомовну канву прозового твору.

У нашому дослідженні первинною функцією англіцизмів вважаємо власне номінативну, якою послуговуються для прямої номінації денотатів. У проаналізованих художніх творах окреслимо такі лексико-семантичні групи вкраплень:

«Особа. Характеристика особи»:

а) ідентифікація особи на ім'я чи / і прізвище: *Мати змучено слухає, як дочка вимовляє: «Yes, my dear! OK, my darling!»* (Кононенко,34).

Yes, my dear! OK, my darling – Так, мій любий! Добре, мій дорогий при цьому ілюструє як позитивне ставлення, напр.: – *My baby! My teddy-bear!* – *вуркоче гостя* (Кононенко,11).

My baby! My teddy-bear – моє маленьке! Моє м'яке ведмежатко, так і негативне, напр.: *Аби він не оцінив мене належним чином, чи назвала б я його dison, сучий син, як Анна Гавальда назвала видавця з Лівого берега?* (Кононенко,8),

dison – мудак;

б) якісна характеристика людини, напр.: *А він накопить грошей, відшкодує збитки й далі шукатиме жінку, – ту, єдину, THE VERY WOMAN* (Кононенко, 8),

the very woman – особлива жінка;

Але й побляклій від тривалих пошуків Галі усміхнулося щастя: зустрівся never married youthfull Englishmen with own house not far from Manchester, якому Галя відразу припала до душі (Кононенко,23).

Never married youthfull Englishmen with own house not far from Manchester – неодружений, молодий англієць з власним будинком недалеко від Манчестера;

в) оцінка рівня освіченості, яка може бути як високою, напр.: *А Неля уявила старий будинок, на зразок описаного Андерсоном в однойменній*

казці, картини, шкіряні крісла, великий письмовий стіл і книжкові шафи від підлоги до стелі. *Well-educated woman?* (Кононенко,43)

well-educated woman – добре освічена жінка, так і мати абсолютно протилежне значення, напр.: – *Він був дисидентом?* – запитав Рональд. – *Oh, how stupid you are!* – не стримала роздратування Оксана. – *Дарма що директор економіки!* (Кононенко, 34).

Oh, how stupid you are – О, який же ж ти дурний;

г) соціальна характеристика персонажів, напр.: *То був охоронець Петя, найсимпатичніший з їхнього Security* (Кононенко,43),

security – охорона;

г) національна належність: *Він відповів саме їй, хоча й отримав багато листів від молодих і не дуже полячок. А тут лист від «Russian woman», про що він і мріяти не смів* (Кононенко, 53),

russian woman – російська жінка.

«Літературні твори. Друковані видання»:

а) назви літературних творів, напр., віршів: – *Він уміє говорити французькою і знає напам'ять REMIND ME NOT лорда Байрона* (Кононенко,11);

А Васька... був типовий радянський алкоголік-інтелігент... по першій він читав Пастернака... По другій – «My soul is dark» мовою оригіналу (Кононенко,32);

б) назви друкованих видань, напр., журналів: *А поки у кожного на тарілці лежить по цілій курці з рум'яною шкірочкою... саме так радить серверувати стіл журнал «Elle»* (Кононенко,45).

«Установи», зокрема:

а) навчальні заклади, напр.: *Серед дітей був уже й батько Зеновія – учень шостого класу Першої хлоп'ячої гімназії, була й мати Делії – учениця третього класу «Liceul Ortodox» – найпрестижнішої дівочої гімназії* (Майданська,76);

Найкраще вступити до колишньої політехніки «Technische Fachkurse», а теперішніх і неодмінно на архітектуру... (Майданська, 34);

б) компанії, напр.: *18 листопада Олександр Чеканчук прийшов до офісу Української філії фундації GIFTED CHILD INTERNATIONAL за годину до початку робочого дня (Кононенко,76),*

Gifted Children International – Міжнародний фонд підтримки обдарованих дітей;

в) торговельні заклади, напр., магазини: *А це, між іншим, подарунок Мар'яни! Мій заповітний колір: темно-вишневий. Купила в Duty free у Франкфурті... (Кононенко, 22).*

«Страви»:

а) напої, напр.: *У Каліфорнії в дев'яностому розлили top-cabernet! (Кононенко,8),*

top-cabernet – каберне найвищої якості;

Після каліфорнійського top-wine Лариса і Сашко Риженко зсунули поряд ліжка в номері коломийського готелю (Кононенко,12),

top-wine – вино найвищої якості;

б) другі страви, напр.: – *Скажи, тобі подобається наше західне життя? – запитує Жан-Марк за вечерею в маленькому ресторанчику, де їм подали roulard a la ficelle (Кононенко, 34);*

Всі вони вилежувалися на його диванах... А також натхненно поїдали його холостяцький fast food (Кононенко, 35).

«Свята»:

а) іншомовні елементи з орієнтацією на сімейні, напр.: – *За кого ти мене маєш? Підкладати дівчат! Скоро матимемо Wedding (Кононенко, 54);*

б) релігійні свята, що відзначають за кордоном, напр.: *А потім прийшов день – то був другий день григоріанського Різдва, Boxing Day, коли годилося б відзначати сорок днів по Мар'яні Хрипович (Кононенко,34) і у нас, напр.: А поки треба працювати й працювати, щоб заслужити собі справжній Merry Christmas (Кононенко, 53),*

Merry Christmas – Різдво.

«Товарні знаки. Торгівельні марки», напр.: *Риженко дає друзям у дорогу блок пива «Budweiser» і палицю салямі* (Кононенко, 21); *Офіціант приносить гарячі бутерброди і прозорі кухлі з окропом, де плаває пакетик чаю «Lipton»* (Кононенко, 21).

«Написи-кліше – заборона дії», напр.: *Він палить цигарку, хоча на стіні переконливий плакат NO SMOKE* (Кононенко, 21);

NO SMOKE – не палити.

Іншомовні елементи, в основі яких є відношення до ознаки:

а) кольору, напр.: *А щоб Мар'яна не задирає носа, ніби тільки вона здатна робити дорогі подарунки, я їй теж подарувала фірмові шкіряні рукавички! Її заповітного кольору marine* (Кононенко, 65),

marine – колір морської хвилі;

І не руде, і не біляве, а саме таке, кольору feuille morte, як у незрівняної Ірен Форсайт, однієї з найяскравіших літературних красунь (Кононенко, 32),

feuille morte – опале листя;

б) матеріалу, напр.: *То його очі впали на ручний годинник, що лежить поряд! На ремінці, який він сьогодні поставив, написано Genuine leather.*

Genuine-imitated – це з репертуару Мар'яни Хрипович (Кононенко, 76),

genuine leather – натуральна (справжня) шкіра,

genuine- imitated – справжнє-підроблене;

Нічого в світі кращого немає за genuine, немає нічого жахливішого за imitated (Кононенко, 56);

в) вартості, напр.: – *Аж розум відібрало, коли до тебе в руки прийшли дешеві баби зі Сходу! – I can't say it was cheap... – пролопотів Антоніус* (Кононенко, 76).

I can't say it was cheap – не можу сказати, що це було дешево;

г) місця виготовлення, напр.: *Чуючи непохитним нюхом забави, вони випорпували кінські та людські черепи..., щоб тепер похизуватися своїм*

скарбом, а часом, скориставшись нагодою, обміняти на портяниці «*Made in USA*» (Майданська,65).

Екзотизми англійського походження в аналізованих текстах переважно позбавлені емоційно-експресивного забарвлення. Такі лексеми вказують на особливості англійської або американської культури. Це ввічливі звертання, як-от: *лорд, леді, містер, міс або місіс*; номінації предметів і явищ, таких як: *кеб, наб*; найменування традиційних страв, як-от: *фіш-ен-чіпс, хот-дог* тощо: *Хочете зробити **фастфуд** – робіть **фастфуд**, але в місті вже є сто **фастфудів**, хочете кабак – давайте кабак, я культурну програму влаштую, це без проблем, хочете диско – давайте диско, хочете наб – давайте наб* (Жадан «Бік Мак»,76).

Зазвичай, екзотизми вживають зі стилістичною метою при описі якогось народу чи групи споріднених народів. Проте використання англіцизмів, наприклад, у періодиці чи художніх текстах чимдалі частіше втрачає нейтральний тон. Англійські запозичення постають як художньо-образні засоби: метафори, порівняння, антитези, перифрази, каламбури.

Автори художніх текстів нерідко вживають терміни-запозичення і навіть екзотизми таким чином, що вони набувають невластивих їм семантичних відтінків, емоційного забарвлення, іронічного звучання тощо. Тому функції іншомовних термінів не обмежуються номінативною й пізнавальною – до них належать також оцінна й емоційно-експресивна.

Окрім загальнономовних (узуальних) англійців, у художніх текстах зафіксовано значну кількість індивідуально-авторських (оказіональних) англійських запозичень. Оказіональні англіцизми є досить специфічним явищем з погляду стилістики, адже вони мають більший експресивний потенціал, ніж узуальні лексеми, а також породжують безліч асоціацій у зв'язку з актуалізацією периферійних сем, що значно розширює семантику лексичної одиниці, вводить її у стихію нових значень.

Оказіональні англіцизми характеризуються новизною, незвичністю, несподіваністю поєднання з іншими лексемами, вони ілюструють

виключно суб'єктивне світобачення і світосприйняття автора, отже, виконують характерологічну функцію.

Слушну думку висловлює Н. Бойко про те, що стилістичне значення неологізмів-оказіоналізмів «...ґрунтується не лише на емотивному та оцінному компонентах значення, а й на таких додаткових ознаках, як специфічність і ненормативність, функціональна обмеженість, зв'язок з контекстом. Через призму цих ознак сприймаються найтонші нюанси okazіоналізмів» [16].

Оказіональні англійські запозичення є дуже яскравими, експресивними і, як правило, виконують декілька стилістичних функцій. Наприклад: *Зникли і їдальні громадського харчування: у проданих приміщеннях — кафе-бари та ресторани. Отож тут зникли й ці назви. Тепер маємо буйне засилля «біг-мордів» з рекламою алкоголю. Тут — на всіх «языках». Повний інтернаціонал. Всюди — латиниця, калькування з англійської, французької, іспанської — мірою володіння ними художниками-графописцями* (Кононенко, 8).

Особливістю okazіональної лексеми *біг-морда* є те, що її стилістичні функції варто розглядати на рівні словотвору, адже спочатку вона ввійшла в українську мову як словосполучення *біг-борд* (від англ. *big board* – дошка для рекламних оголошень). На основі дериваційних процесів від твірної основи *біг* утворилося нове слово, яке засвідчує незвичне поєднання нейтрального англіцизму та питомої лексеми, що належить до просторічної лексики і має негативну оцінну конотацію. Таке поєднання яскраво ілюструє іронічне ставлення мовця до висловлюваного. Однак стилістичне забарвлення цього okazіонального запозичення не обмежується лише іронією. Той факт, що автор перетворив стилістично нейтральну лексему *біг-борд* на згрубіле просторіччя *біг-морда*, дозволяє простежити емоції автора – роздратованість та пригнічення. Інша мета – створити переконливий образ зображуваного предмета, дати йому

негативну характеристику. Отже, okazіоналізм *біг-морда* виконує оцінну, емотивну, характерологічну та експресивну функції.

Сучасні письменники розмежовують мову персонажів за допомогою гендерної функції, використовуючи англiцизми. Так, мовлення чоловіків більш лаконічне, ділове, подекуди різке, насичене професіоналізмами, жаргонізмами: *Ну, в нього дихання, окей (Жадан «Депеш МОД», 54); Тут треба просити уряд Сполучених Штатів, щоб вони задіяли Пентагон і ЦРУ з усіма їхніми супутниками-шпигунами і здійснили вичерпний моніторинг нашої Дірки з космосу... (Кононенко, 33); Існує ймовірність, що наш інвестор, відомий вам співвласник банку «Транс-Інвест», може розглянути цей проект – не виключено – надати свою підтримку (Карпа, 43); Знаєш, що таке банківська таємниця? Анонімний офшорний рахунок? Чув, може, неотесо? (Карпа, 44); Наш правий хав, наша зірка, загальний улюбленець, двічі бив одинадцятиметровий, і двічі шахтарський кіпер легко, ніби знущаючись, м'яч відбивав (Жадан «Депеш Мод», 32).*

У звертанні до жінок чоловіки вживають пестливі слова: *Тому що ось ви, бебі (поляк пожсвавлюється), говорите про синтез... (Жадан «Біг Мак», 43); But I miss you most m / Iss you miss you / Of all, my darling. When? / The autumn leaves start to fall (Карпа, 54).*

Для більш емоційної та ввічливої мови жінок характерні вигуки *God, God damned, O, йес, please: God, forgive me ... – зітхнула Етва (Боже, пробач мені) (Карпа, 45); You see, God, I've tried (Ти бачиш, Боже, я намагалася) (Карпа, 46); Вже час, – винувато мовив він, – ти ж не хочеш запізнитись? / – God damned! – виголосила я, вистрибуючи з ліжка в негліже (Кононенко, 43); О, / Йес, / Май / Лав, / Ми / Ще / Не / Екс! (Карпа, 32)*

Підкреслюючи часом гендерну рівність, мова літературних персонажів обох статей інколи рясніє нецензурною лексикою, особливо у творах І. Карпи: *Я хочу бути потрібним, я хочу це відчувати, я хочу, щоб мене любили, факін шім, просто любили (32); You are so fucking special, I*

wish I were special...(18); *Догляд за небогою. Ненависне заняття. – Ви наш новий бебі-сітер? – Ні, я ваш новий мазафакер! Все заради того, щоб бути з Євкою в місті* (53); *Буеее! Фак! Мазза-фака! Я майбутня мазза-фака!* (53); *What the hell am I doing here, I don't belong here...* (65).

2.2. Семантичний обсяг лексем, запозичених із англійської мови

Дослідники вважають, що найчастіше в сучасну українську мову іншомовні слова потрапляють із меншим змістовим навантаженням порівняно з їх іншомовними моделями, оскільки відбулося звуження семантичної структури на українському ґрунті. Так, в англійській мові слово *імідж* має 10 значень. В українському мовленні це слово реалізується у 3-х значеннях:

- 1) показ, зображення, зразок;
- 2) уявний образ, уявлення;
- 3) формування стійкого позитивного враження про товар, послуги підприємства, що виготовляє або реалізує товар: *Бармени мінялися часто, як і директори. І перші, і другі створювали імідж закладу* (Дереш, 232); *Змінити імідж, змінити знайомства, змінити коло спілкування?* (Дереш, 45). У цьому разі спостерігаємо звуження семантичного значення слова *імідж* у мові-реципієнті.

Англіцизм *меседж* в англійській має 3 значення:

- 1) спілкування на письмі, усно чи за допомогою сигналів;
- 2) доручення, функція зв'язкового, посланця, кур'єра;
- 3) основна тема чи ідея.

На українському ґрунті ця лексема модифікована в 2 значення:

- 1) повідомлення, донесення, послання;
- 2) sms-повідомлення: *Сучасна електронна музика несемантична.*

Вона не означає нічого, не передає зрозумілих меседжів (Дереш, 65); *Це від*

Каті такий шматок листа. Мене дуже-дуже тішать її меседжі (Карпа, 56).

Слово *сіті-лайт*, яке не зафіксоване лексикографічними джерелами, перейняло значення моделі англійського слова (рекламний щит, що освітлюється): *Пасивний і фаталістичний – не пригальмовувала, не вмикала двірників, не намагалася відрізнути вогні світлофорів від сіті-лайтів* (Карпа, 76).

Спочатку запозичилося англійське слово *поп* (скорочено від англ. *pop(ular)* – народний, популярний; загальнодоступний) на позначення першої частини складних слів, що означає «масовий», «популярний». Пізніше воно набуло українських афіксів і вживається зі зниженим значенням, адже попса – це знижене позначення проявів масової культури [Словник іншомовних слів, 438]; виконує оцінну функцію – передає негативне ставлення до висловлюваного.

Англіцизм *екшн* має експресивну конотацію (англ. *action* – бурхлива діяльність; бойові дії), тлумачиться як жанри сучасних пригодницьких літератури й кіно; творам цього типу властиві гострота сюжету, швидка зміна дій і становищ, у яких опиняються герої [Словник іншомовних слів, 259]. В українській мові екшен означає також стрілянину. Ознакою, на основі якої виникла співвіднесеність цих понять, є динамічність. Крім того, цей англіцизм виконує не лише експресивну, але й оцінну функцію, адже передає негативне ставлення автора до описуваних подій.

Велика кількість англійських запозичень уживається також у текстах політичного змісту. Для змалювання негативного ставлення автора до політичних осіб використовується такий стилістичний прийом, як іронія, до того ж іронія відкрита, адже сам оповідач акцентує на цьому увагу: англізм *лайт* (англ. *light*) перекладається як легкий, незначний, легковажний [Словник іншомовних слів, 196].

Англізм *шопінг* означає відвідування магазину чи магазинів з метою купівлі чого-небудь; процес купівлі, закупівлі товарів [Словник

іншомовних слів, 614]. Очевидно, що сам англіцизм не має негативної конотації, однак йому присвоюється негативне забарвлення: під словом шопінг розуміється пограбування (*Вона не пригальмовувала, не вмикала скупість, проводила шопінг на високій швидкості* (Карпа, 76).

Запозичення рейдер (від англ. raider – нападник) у «Сучасному словнику іншомовних слів» за 2006 рік (уклад. Скопненко О., Цимбалюк Т.) тлумачиться як військовий корабель (крейсер, лінкор) або озброєне торговельне судно, що проводить самостійні бойові дії на морських комунікаціях [587], проте в іншому словнику іншомовних слів за 2008 рік (уклад. Данилюк І.), окрім вищезазначеного, подається наступне визначення англіцизма рейдер – це особа, агент, який здійснює фактичну купівлю (захоплення) підприємства всупереч бажанню його власників на користь зацікавлених осіб, які його найняли [424].

Запозичення *коп* («поліцейський») є розмовною лексемою, небажаною в текстах, наприклад, інформаційного спрямування, однак його вживання можна виправдати, якщо вона виконує стилістичні функції. Спочатку цей англіцизм увійшов в українську мову як екзотизм, потім набув негативного стилістичного забарвлення, характеризуючи поліцейських у негативному плані.

Аутсайдер [від англ. outsider – сторонній]. 1. Біржові спекулянти непрофесіонали; особи, що спекулюють на біржі, але не постійно. 2. Спортсмени або команда, що посідають останні місця в змаганнях. 3. Коні на перегонах, які не входять до числа улюбленців і на яких дуже рідко роблять ставки. 4. перен. Ті, що посідають останні місця, відстають від інших, напр., виборчої кампанії [Словник іншомовних слів, 70].

У художньому тексті *«Я міг би розповісти про них багато цікавого, тим більше, це чи не єдина соціальна група, яка не викликає в мене огиди, ну, але як би я виглядав – співаючи гімни і виголошуючи промови на честь усіх аутсайдерів об'єднаної Європи»* [Жадан «Депеш Мод», 45] лексема актуалізує переносне значення.

Вестерн [від англ. western [від west – захід] - пригодницькі фільми або літературні твори, дія яких розгортається у другій половині XIX ст. у західних штатах США, героями яких є ковбої [Словник іншомовних слів, 99]: *«Чекати до ранку, вишукуючи по тіві старі голлівудські вестерни, або спуститись у бар і попросити в них молока, або спробувати заснути, не знаючи навіть, що краще»* [Кононенко, 201].

Шоу-бізнес [від англ. show business]. Мистецтво розваг; теле і радіопередачі, а також професії та підприємства, що відносяться до нього [Словник іншомовних слів, 758]: *«Я підходжу до музикантів, і ми швидко знайомимося, й говоримо про погоду, шоу-бізнес і студентську солідарність і я обіцяю їм зробити концерт у себе на батьківщині»* [Кононенко, 91].

Супермаркет [від англ. supermarket [від латин. super – над і від англ. market – ринок, продаж]. Одна з форм великого сучасного універсального торговельного підприємства [Словник іншомовних слів, 652].

Бізнес [від англ. business – справа, комерція]. екон. Підприємницька діяльність, торгівля, біржові операції, будь яка комерційна справа, що дає прибуток [Словник іншомовних слів, 81].

Офіс [від англ. office від латин. officium – обов'язок, служба]. Контора, канцелярія якої небудь фірми, підприємства; інша назва – установа [Словник іншомовних слів, 492]. *«Мало того, дехто з них, найпрацьовитіші чи що, досягли неабиякого успіху в бізнесі й повідкривали власні офіси з персональними секретарками, мені це місце найбільше подобалось»* [Майданська, 48].

Маркетинг [англ. marketing [market – ринок, збут] – одна з систем управління господарською діяльністю, що орієнтується на врахування вимог ринку та активний вплив на попит з метою розширення збуту товарів [Словник іншомовних слів, 620]: *«Натомість зайнялася мережевим маркетингом у «Оріфлеймі» і досягла в цьому реалізації своїх мрій»* [Кононенко, 78].

Тайм [від англ. time – час]. Частина основного часу спортивної гри [Словник іншомовних слів, 657].

Сленг [англ. slang – жаргон] – жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків і які, проникаючи в літературну мову, набувають певного емоційно експресивного забарвлення [Словник іншомовних слів, 845]: *«Справжні пацани трудяться – що на сленгу означає «забирати в лохів гроші»; готів легко розпізнавати по їхньому арго, а ще простіше – по нахабному тупому виразу обличчя»* [Дереш, 78].

Автостоп [від авто ... і англ. stop – зупинка]. 1. Використання туристами попутного автотранспорту. 2. Пристрій для автоматичної зупинки залізничного поїзда при наближенні до знака світлофора, що забороняє рух [Словник іншомовних слів, 17]: *«Загалом, перша сотня кілометрів мені знайома, торік я їздив тут автостопом, мене тоді підібрав якийсь божевільний панк, який весь час нервово пив спрайт, його сушило, схоже він був з обкурки, але гнав таки на Захід, бо мусив, уже не знаю, що там у нього було, може, мама чекала, однак вигляд у нього був нещасний»* [Дереш, 134].

Панк [від англо амер. punk – гнилизна, щось нікчемне]. 1. тільки одн. Декласовані молодіжні групи на Заході, які звертають на себе увагу шокуючою манерою поведінки, особливою зачіскою, крикливим одягом. 2. Член такої групи. 3. Стиль молодіжної музики, який відрізняється агресивною манерою виконання, швидким ритмом [Словник іншомовних слів, 499].

Сканер [англ. scanner] – у комп'ютерній техніці і системах передачі даних – пристрій для зчитування зображень і перетворення їх на цифрову форму подання даних [Словник іншомовних слів, 379]. *Сканування* [англ. scanner] – процес: *«В таких випадках самого зовнішнього сканування недостатньо»* [Дереш, 158].

Хай тек [англ. high tech < high – високий і tech (no) – мистецтво, майстерність] – 1. Висока техніка, нові технології. 2. Напрямок в архітектурі останньої третини ХХ ст., який естетично освоює інноваційні розробки передових галузей науки і техніки, розвиває традицію конструктивізму [Словник іншомовних слів, 734]: «*Конструкція міцна й проста – перлина зеленого хай теку* [Кононенко, 67].

Серед використаних у художніх текстах англіцизмів чимало лексем, які не зафіксовані сучасними словниками іншомовних слів, зокрема: *абордаж* (нове значення), *арт-директор*, *арт-рок*, *афтершейв*,

багет, *барбекю*, *бас-гітарист*, *беркут*, *біг-бос*, *бізнес-ланч*, *біфштекс* (нове значення), *бренд-менеджер*, *бутербродна*,

веб-камера, *веб-сайт*, *віце-міс*,

гей-клуб, *гламур*, *гоа-транс*, *гроз/грог*,

дедлайн, *драйв*, *дрескод*,

ескейп,

кавер-версія, *капучино*, *карпаччо*, *кафе-гриль*, *квартира-люкс*, *кнайпа*, *кросівки*,

лайт-бокс, *лак* (нове значення), *лузер*,

мажор, *масажер*, *медіа-бренд*, *медіа-простір*, *мейк-ап*, *меседж*, *мобільний*,

нафтоконцерн,

панк-клуб, *панк-концерт*, *п'ємонт*, *поп-зірка*, *поп-стар*, *порносайт*, *прайс*,

рейв-революція, *ресепшин*, *рок-концерт*, *рок-сейшн*,

сальса, *свист-авангард*, *семпл*, *серфер*, *серфінгіст*, *сіті-лайт*, *скейтбордист*, *слайсер*, *смайл*, *стейк*, *суші-бар*,

текіла, *топ-модель*, *тофу*, *тревел-сторі*, *трек* (нове значення), *турбюро*, *туш* (нове значення),

фентезі, *фен-шуй*, *фешн*, *фітнес*, *фліртувати*, *френч*, *фрі-джаз*, *фуд-плейс*, *футболка*,

хард-диск, хард-рок, чилі, чупа-чупс, шахіст, шийт, шопінг-центр.

2.3. Функціональна характеристика англiцизмiв

Попри нейтральний характер більшості англiцизмiв у структурі українського художнього тексту кiнця ХХ – початку ХХІ ст. під впливом контексту можливе формування додаткових стилістичних характеристик цих запозичень. Мовні одиниці, з яких складається текст, впливають на англiцизми, змушують пристосовуватися до нового стилю. І як результат – англiцизми отримують конкретне семантичне наповнення, що реалізується в певному контексті, зберігаючи при цьому емоційно-оцінне забарвлення. Експресивне значення, що набувають запозичення в тексті, можливе «завдяки стилістичному змішуванню різнорідних стилістично непеєднуваних одиниць», які достатньо легко засвоюються контекстом, тим самим забезпечуючи читацьку увагу [Зацний, 64].

У процесі адаптації іношомовних лексем в українській мові можлива втрата екзотичного відтінку значення та його стилістичного забарвлення або, навпаки, набуття цими лексемами постійної експресивної оцінки в мові-реципієнті. Аналізуючи використання англiцизмiв у художніх творах, необхідно розглянути питання про їхню роль у процесі створення стилістичного ефекту, тобто визначити стилістичну функцію. Англійські запозичення, що виконують стилістичну функцію, тобто надають образності висловлюванню, служать засобом передачі почуттів, ставлення автора до зображуваного, адже стилістична функція – це виражальний потенціал взаємодії мовних засобів у тексті, що забезпечує передачу предметно-логічного змісту тексту, а також закладеної в ньому експресивної, емоційної, оцінної, естетичної інформації [Мельник, 189]. У

нашому дослідженні стилістична функція англіцизмів розглядається як творча реалізація мовних засобів у тексті для здійснення задуму художньо-виражального навантаження відповідно до художнього завдання автора.

В українському художньому тексті кінця ХХ – початку ХХІ ст. англійські лексеми виступають насамперед у номінативній і стилістичній функціях.

Номінативна (репрезентативна, інформаційна, семантична) функція англійських запозичень є найпоширенішою. Вона пов'язана з необхідністю позначення предметів і явищ, відсутніх в українській мові. У номінативній функції англіцизми виступають представниками окремих реалій: предметів, понять, культури, історії країни, надають можливість описати іншомовну дійсність, відображену в мовленнєвій свідомості письменників: *Я не хочу, аби моїм губернатором був банкір, а моїм кандидатом який-небудь мажор* (Жадан «Депеш Мод», 54); *Він там ще вчора працював інженером в інституті, а тут дефолт і безробіття і велика країна розвалилась на шматки* (Жадан «Депеш Мод», 65).

Номінативну функцію у сучасних прозових творах виконують й такі англіцизми, як *бас-гітарист* (музикант, який грає на гітарі низького регістру), *віце-міс* (дівчина, яку обирають голосуванням на конкурсі краси; перша після переможниці), *арт-директор* (керівник артистичного шоу, концерту): *Можливо, якби Терезка спрямувала цей таємничий намір на щось людське, – на конкретного молодого чоловіка, що самотів за нею в сусідній аудиторії, або на відомого бас-гітариста...* (Дереш, 21); *...що в Полтаві він два роки жив із українкою, що трохи була від нього старша, але ж була віце-міс Полтава...* (Карпа, 11); *Гога обіцяв познайомити компаньйона з майбутнім арт-директором* (Жадан «Біг Мак», 33).

У сучасній українській прозі автори часто вживають іншомовні слова на означення відомих реалій (в українській мові є відповідні синоніми): *А вночі зринають інші завдання. І вони можуть бути або явними, як-то відвідини велелюдного пабу, тінейджерського панк-клубу*

чи *кнайпи*, де слухають *джаз*, так і секретними. Останні – ті самі вдихання міста потаємними ковтками (Карпа,12). Слова *паб*, *тінейджерський панк-клуб*, *кнайпа* є дублетами як до іншомовних (*ресторан*, *кафе*), так і до власне українських мовних одиниць (*шинок*, *корчма*, *пивна*). Ці лексеми виконує диференціувальну функцію, бо усі позначені лінгвокраїнознавчим компонентом.

Для якісної характеристики людини вжито англiцизми: *Жодна з них не була тою **Real Russian Woman**, яку обіцяли шлюбні агенції* (Кононенко, 21). Чи англiцизми-назви літературних творів, зокрема, віршів: – *Він уміє говорити французькою і знає напам'ять **REMINDE ME NOT** лорда Байрона* (Кононенко, 54).

Окрім власне номінативної функції, англiцизми виконують такі стилістичні функції:

а) маркера для визначення рівня мовної культури персонажа. Так, події роману «Імітація» Є. Кононенко відбуваються в одній українській філії міжнародної фундації підтримки обдарованих дітей, шефом якої працює американець Роджер Біст, саме тому і для його мови, і для мови його співробітників притаманний україно-англійський білінгвізм, напр.: – *Again private talks? – весело запитує шеф української філії **GIFTED CHILD INTERNATIONAL** Роджер Біст, заходячи до холу фундації. – Private, if you want, – люто відповів Чеканчук* (Кононенко, 32); *Again private talks? – Знову приватна розмова? Private, if you want – приватна, якщо хочеш* (Кононенко, 65). Вимушені іншомовні комунікації показують штучність мовної ситуації, яка ілюстрована контекстом;

б) реалістичного відтворення особливостей усного мовлення персонажів. Досить продуктивною групою є чужомовні словосполучення та речення на синтаксичному рівні, які утворюють такі складні комунікативні структури, як монологи та діалоги, що пояснюється прагненням зберегти національну ідентичність їхніх героїв: *Кажуть, у французьких родинах популярною є так звана **crise de six mois** – криза*

шести років. Роже з Яною переживали *crise de six mois* (Кононенко, 76); А тут, на іншій медалі... на аверсі вгорі латинський напис, «*VIRTUTE ET SAPIENTIA*», що означає «мужність і мудрість» (Майданська, 54);

в) створення іронічного чи гумористичного ефекту: *Та ця відверта агітація на користь «made in za-bigrom» припинилась, коли громом серед ясного неба приголомшила звістка, що Доді «шиють» звинувачення в українському буржуазному націоналізмі* (С. Майданська).

Іншомовні елементи є практичною потребою, їх обдумано вжито в текстах Є. Кононенко. Авторка пропонує використання паралельної моделі «іншомовне слово – лексема в українській мові», в основі якої – англо-український переклад. Зі стилістичного боку вона надає експресивного заряду висловленому, має прагматичне застосування: уможливорює використання іншомовних елементів без необхідних тлумачень чи коментарів: *Але Біст відповів, що з Дружбонародівкою він іще розбереться. А їм не варто брати на себе додатковий тягар. Він так і сказав: **additional burden**; Там були й такі, хто навіть жебракувати не міг. Зовсім страшні каліки, потім я зустрів у книжках назву **basket-baby**. Це про інвалідів без рук та без ніг...; Протягом багатьох років у його єстві визрівали й прагли народження **оповідання, новели, short stories**, які шикувалися в чергу і змагалися, кому бути написаним першим* (Кононенко, 56-57).

Глосарії іншомовних слів прози (здебільшого поданих у кінці твору) не містять англіцизмів, натомість уміщують слова німецької, румунської, польської, французької та інших мов. Це зумовлено найактивнішою для англіцизмів формою подання «англіцизм – покликання», наведеною самою авторкою внизу сторінки.

Зауважимо, що англіцизми можуть асимілюватися згідно з словотвірною/ словозмінною нормою мови, напр.: *Коли ти вже зробиш зі мною інтерв'ю для твого **Viktor'a** [журнал]?* (Кононенко, 23); *Хоча питання, здавалося б, мало вирішуватися само собою: батькові потрібен*

комп'ютер, синові поки що ні. – Ти все одно граєшся на **SUPERPLEXi**, а не працюєш (Кононенко, 19).

Англiцизми можуть також подаватися в транслітерованому вигляді, напр.: Як не повернуся з цього **вояжу**, значить так тому і бути! (22); Плюс шведський стіл на сніданок, різномовні меню на обіди та вечері, кава семи сортів під час **кофі-брейків** між засіданнями (27); – Це правда, що ти колись був її **бой-френдом**? – Я мало не став її **брайд-грумом**(28).

Наведені приклади ілюструють використання англійських слів відповідно до норм сучасної української мови: іменникам-англiцизмам **кофі-брейки** – *coffee-breaks*, **вояж** – *voyage*, **бой-френд** – *boy-friend*, **брайд-грум** – *bride-groom* притаманні граматичні категорії роду, числа та відмінка: Р.в. – у перших двох лексемах із питомо українськими закінченнями іменників чоловічого роду *-ів* у множині й *-у* в однині відповідно, а в решти – О.в. із закінченням *-ом*.

Транслітеровані іншомовні лексеми виконують власне номінативну функцію, напр.: Аманда не була моєю **леді-френд**, але я дуже часто милувався її обличчям (32); – О,.. Я й сам хотів написати **резерч** щодо психосоціальних здобутків третіх суспільств, то мені гранта не дали...(43) та специфічні стилістичні функції, а саме:

а) іронічну: – Якщо ми так будемо тринькати наш **кеш**, то що дістанеться для **гіфтид** діти України? (23);

б) іронічно-гумористичну: – Ти не дочув, нас просять, щоби ми відсія виміталися, – наводячи лад на Микитиному «**фейсі** **лиця**», Богдан зосереджено струшував з його бороди конфеті й лелітки...(18).

Транслітеровані іншомовні слова створюють підґрунтя для зосередження уваги читача. Вони реалізують прагматичну мету письменниці: увиразнюють її творчу оригінальну манеру, демонструють відхід від усталених стереотипів письма.

Для посилення експресії Є.Кононенко використовує додаткові засоби експресії – графічні – це специфічні утворення, супроводжені графічними видозмінами переосмислюваного компонента, завдяки чому він зазнає більшого увиразнення й привертає увагу читача. Таким чином, відбувається подвійне посилення: окрім внутрішньої форми (безпосередньо іншомовна лексема), читачеві проілюстровано ще й зовнішнє вираження – зображальний ефект її графічної репрезентації.

Візуально-граматичним оформленням англіцизмів слугує такий графічний засіб, як написання слів чи речень із великих літер, напр.: *Розмішуючи цукор, розгорнув газетку і знайшов те, що шукав. Ось він, Михайло Семиок, за збірку новел РУСАЛКИ НА БАЛКОНІ отримує премію **УКРАЇНСЬКЕ БУЙНОЦВІТТЯ. UKRAINIAN VIOLET BLOSSOM!** Колеги за кордоном не зрозуміють; А він накопить грошей, відшкодує збитки й далі шукатиме жінку, – ту, єдину, **THE VERY WOMAN** (65-66).*

Загалом уживання англіцизми допомагає глибше розкрити авторський задум у змалюванні колоритних персонажів чи чужорідного середовища, в якому відбуваються події художнього твору. Літературний доробок Є.Кононенко та С. Майданської вирізняється особливим різновидом іншомовних слів – заголовком, який слугує основою іншомовного простору всього прозового твору.

Так, С. Майданська вдається до двомовної назви роману: «Сподіваюся на Тебе» або ж латинською – «**In Te Speravi**»; твір складається з двох частин, перша названа латиною – *In Te Speravi*, друга абсолютно співзвучна – українською.

Збірки «Зустріч у Сан-Франциско» та «Повії теж виходять заміж» Є.Кононенко містять оповідання «**The very woman**» та новелу «**Special woman**». Авторка подає заголовки англійською мовою, тим самим виокремлюючи їх ще й у змісті збірки та зосереджуючи на них увагу свого читача.

Функція мовної характеристики персонажів (**характерологічна**) – це традиційне вживання англіцизмів як характеристики окремих героїв. Мовні одиниці в цій функції не тільки зображають зовнішній матеріальний світ суб'єкта мовлення, але й допомагають формулювати його думки, висновки відносно вчинків, поведінки, почуттів, тобто виконують мислеутворюючу функцію.

Характерними є випадки імітації індивідуальної мовної манери персонажа, коли поряд із запозиченнями автор використовує просторічні слова та вирази, нецензурну лексику. У результаті подібного поєднання створюється протиріччя, яке базується на стильовій диференціації, що дозволяє робити висновок про реальний соціальний статус дійових осіб: ... *але будьте милосердні, п-п-п-лі-і-із! Міста', міста', ітс і-ізі ту кіл а нітер, хіз факін блад, іт смелз лайк ю, ітс і-ізі, ітс со ізі ту кіл а нітер, міста'!* (Карпа, 54); *Піпли (троє хлопців та одна дівчина) виявилися надміру, – саме так визначив їх Фа, – привітними й навіть інтелігентними трешерам (що для мене, в'язня максималістичних уявлень про субкультурний розподіл ролей, звучить як оксюморон)* (Дереш, 95); *Задумана картина не вдавалася... / – Фак. Фак...* (Карпа, 76).

Автор відтворює окремі характерні риси індивідуальної мовленнєвої звички того чи іншого персонажа, де запозичення виконують мовленнєве завдання та залучені до портрета мовців. Поєднання іншомовних і знижених іншомовних лексем утворює ефект піджинізації мови. За допомогою подібного слововживання письменник прагне якнайкраще і детальніше охарактеризувати власних героїв, які або вільно володіють англійською мовою та намагаються наблизити її до української, або не вміють грамотно побудувати висловлювання.

Уживання англіцизмів у характерологічній функції розкриває сприйняття матеріального світу суб'єктом мовлення, а також показує його ставлення до комунікативної ситуації. Із характерологічною функцією тісно пов'язана соціально-стилістична функція, яка переважно виявляє

себе у використанні англійських лексем у мові окремих соціальних прошарків. До них можна віднести молодіжний соціолект, де англійська лексика продуктивно вживається для надання висловлюванням більшої експресивності, новизни, підвищення соціального престижу мовця.

На основі аналізу стилістичних функцій англіцизмів можна простежити мовний портрет гуманітарного та технічного інтелігента, а також мовний портрет бізнесмена, зокрема соціальну функцію. Гуманітарна інтелігенція вживає іншомовні слова для найменування певних реалій, оскільки саме соціально-культурний контекст є сприятливим ґрунтом для їх появи. Напр.: *Один світового значення французький акордеоніст хвалився, що він може перекласти на мову музики навіть запах борщу, котрий йому варить бабуся його української дружини* (Карпа, 54); *Мова йде про гоа-транс. Цей напрямок музики виник наприкінці вісімдесятих* (Дереш, 23). У цих ілюстраціях англіцизми виконують номінативну функцію.

Не менш частотною є лексика на позначення технічних та технологічних процесів у сучасному житті людини, яка віддзеркалена у мовленні технічного інтелігента. Це і назви запчастин, пристроїв, інструментів, деталей, а також назви професій та осіб, які зайняті в цій сфері: *Там був справжній цвинтар вбитої автотехніки – розрізані автогеном кабінки заростали густою травою...* (Жадан Деш Мод, 54).

Для усного мовлення бізнесменів характерні розмовні синтаксичні структури, які загалом відрізняють усно-розмовну літературну мову від писемної: *Юрік скаржить, що матиме проблеми з рублями, це ж по курсу треба рахувати, невідомо, що там із баксом, із баксом все нормально* (Жадан «Біг Мак», 22).

Бізнесмени з вищою освітою вільно володіють мовними ресурсами, практично не допускають помилок (*Яка радість спілкуватися, скажімо, з керівниками банків чи комерційних структур, вони ж говорять цитатами з власних бізнес-планів...* (Жадан, «Біг Мак», 28); *Да, – додав Гриша, –*

працюємо до останнього клієнта (Жадан, «Біг Мак», 32), тоді як мова бізнесменів із середньою освітою рясніє порушеннями мовних норм (*Віка – бренд-менеджер іще нам дала продегустувати чутарік того. Ну, щоби не втруїти...* (Карпа, 43).

Просторічна та жаргонна лексика у мові бізнесменів має переважно емоційно-експресивний, але не брутальний характер (*Хай хоч якось та й розважиться старенький – потрафило ж його на роботу в Управління маркетингу* (Карпа, 36); *Перед нашими дверима з'являється чувак в синьому плащі, з пластиковим кейсом, і довго крутить в руках папірець* (Жадан «Біг Мак», 34).

Інформативна функція запозичень з англійської мови полягає в тому, що сучасні художні тексти віддзеркалюють актуальні економічні, суспільно-політичні та інші проблеми сьогодення: *Головні вороги домогосподарки – менеджери, рекламні агенти й працівники муніципалітету...* (Жадан «Депеш Мод», 65); *Бюджет, ніби грибок, роз'їдає шкіру між пальцями громадян, примушує їх нервувати і плакатись клерками...* (Жадан «Депеш Мод», 67) – економічна термінологія.

У текстах сучасної української прози фіксуємо мову персонажів із власними світоглядно-психологічними і лінгвістичними особливостями, наприклад:

суспільно-політична лексика: *...обов'язкове впровадження Євросоюзом ембарго на сільськогосподарську продукцію...* (Жадан «Депеш Мод», 32);

повідомлення про події й явища, які відбуваються в інших сферах суспільного життя: у культурі (кінематографії): *Як каже Нона, років через двадцять знайдеться який-небудь Роберт Картон, що напише світовий бестселер «Чи є життя поза Інтернетом?»* (Карпа, 54);

науково-технічна термінологія: *...американці просто засмічують мізки всьому світові своїми ноу-хау на зразок пивних пляшок із різьбою чи*

холодного зеленого чаю в банках (Жадан «Депеш Мод», 44), *Корій витягнув зі стелажу грубезний **гросбух** і почав щось гарячково записувати* (Дереш, 23) тощо.

Емотивна, або оцінна, функція – це відображення емоційного й оцінного відношення суб'єкта мовлення до того, що відбувається в його внутрішньому та зовнішньому світах.

Використання англіцизмів в оцінній функції зумовлене переосмисленням нейтральних запозичених лексем під впливом контекстуальних факторів, у результаті чого в іншомовного неологізму з'являється okazionale оцінювання, набуває конотативного значення. Навколишній контекст і тематика твору готують читача до адекватного сприйняття іншомовної одиниці. Контекстне середовище англійської лексеми, її семантичний і тематичний характер суттєво впливають на конотації запозиченого слова.

Мова сучасної художньої прози схильна до впливу «мовної моди». До «модних слів» зараховуємо експресивно-забарвлені слова та вирази, а також стереотипні, стандартні, шаблонні звороти мови – мовні штампи, кліше, які популярні у якийсь період як у художніх текстах, так і в мові взагалі. У мовленні сучасної молоді іншомовні слова віддзеркалюють ті реалії, те середовище, в якому вона живе: *Знаєш, коли китаянки приїздять на навчання у Штати, десь так на другий день вони розсилають **імейл** всім, хто з ними на потоці* (Карпа, 43); *Добра стара товстуха Берта, як назвав кохану столицю мій друг-берлінець, не втомлюється міняти свого обличчя. Чи принаймні **мейк-ап** на своєму доброму лиці* (Карпа, 21) тощо. Слова *імейл* та *мейк-ап* є найбільш конкретними і зрозумілими молодим читачам сучасних прозових творів, де введення іншомовних слів передає колорит сучасного життя молоді, її уподобання, захоплення тощо.

Функція **пародіювання** межує з іронією та сарказмом у вживанні чужомовних вкраплень. Часто слова іншомовного походження вживають у переносному значенні: *До Катки Клей таке повідомлення прилізло від*

закоханої дурнуватої дівчинки. Очевидно, ті слова були її **бенефісом** (Карпа, 12).

Слово *бенефіс* ужито із певним стилістичним забарвленням (висміювання почуттів головного героя), адже прямим значенням цього слова є «вистава на честь одного з її учасників як вияв визнання заслуг артиста».

Із переносним значенням ужито також і слово *баласт* («те, що є зайвим, непотрібним, обтяжуючим для кого-н. або чого-н») у реченні: *Я морщуся – моє перманентне відчуття бездомності ускладнюється наявністю баласту* (Карпа, 12).

Мовна гра, або карнавальність у використанні англіцизмів полягає в тому, що в грі з мовою сучасні українські прозаїки створюють слова-гібриди, пояснюють значення деяких слів, використовуючи при цьому засіб народної етимології. Прийом етимологізації – пояснення значення, походження іншомовного слова, автори, зокрема І.Карпа, використовують для створення гумористичного, комічного ефекту розповіді:

1) мовна свобода та розкутість: *Вони будуть маскуватись за брендами й музичними термінами, вони пустять посеред себе рекламні ролики й досвідчених промоутерів, вони заповнять ефір старанно й уміло, як мама в дитинстві заповнює сендвічами кошик для виїзду на природу* (Жадан «Депеш Мод», 76);

2) суб'єктність у визначенні мовних понять: *Справжні пацани трудяться – що на сленгу означає «забирати в лохів гроші»; гопів легко розпізнавати по їхньому аргю, а ще простіше – по нахабному тупому виразу обличчя* (Дереш, 86);

3) мовний авантюризм: *...я про те, що Аскольд, за своєї відсутності в Києві, жер, певно, хіба що чипси, снікери і кока-колу* (Карпа, 98);

4) мовна тканина твору – не істина, а постмодерністська інтертекстуальна гра: *Серед усього тамтешнього розмаїття кабріолетів*

ми на орендованому «субару форестері» почувалися просто вуйками на фірі (Карпа, 27);

5) послаблення мовленнєвого етикету та зняття мовленнєвих заборон: *Ми на Awards так всіх класно довбанули драйвом, потужним саундом та енергетикою, що, думаю, в пари-трійки америкосів пропала схильність до патологічного ожиріння* (Карпа, 32);

б) зона мовного контакту постає зоною сміху: *А чо'б і не посидіти вночі собі на травичці в парку, не позажигати з дівочкою-мучачіком, не пожерти якогось недосмаженого барбекю і не попиту затареного в нічному магазині пива?* (Карпа, 43);

7) лінгвістичний іронізм, комічне травестування, наскрізне висміювання: *Конкурс дитячої та юнацької творчості, безпосередньо під патронатом губернатора, баиляється з бюджету, якщо пройде – вони дають нам статус творчого центру, жодна податкова не доветься* (Жадан «Депеш Мод», 54); *Так боляче фігачитися білим тілом об гострющі, як ножі м'ясорубки, підводні рифи* (Карпа, 65). Сполучаючи в єдиному смисловому цілому іншомовні слова з українськими розмовно-просторічними та лайливими елементами, автори досягають комічного ефекту, іронічного звучання висловів;

8) натуралістичність і експресивність художнього слова: *Відтак Майнес розповідає нам, як його тато, будучи колись припанкованим студентом інженерного факультету, а не біг-босом паперової компанії, смажив на кімнатному обігрівачі сардельки* (Карпа, 43);

9) штучне створення ілюзії єдності, імітації краси, симуляція мови: *Ставила смайлики в усіх мінімально придатних для сміху місцях* (Карпа, 81), *Н-да, щось у мене мрячною виглядає Лапландія. Ну нічо', на дайджест рефлексії героя якогось старого фільму Каурісмьякі – скажімо, «Ленінградські ковбої зустрічають Мойсея» – можливо, потягне* (Карпа, 54).

Вище наведені функції англійських запозичень виявляються залежно від їх призначення та ролі в тексті: вони виконують номінативну функцію для позначення реалій, які не мають відповідників у рідній мові, є стилістично маркованими елементами, що використовуються для диференціації вже відомих понять, і створюють протиріччя між власним і чужим. Автори художніх творів не тільки виходять із принципу мовної економії, але й базуються на художніх принципах, які створюють додаткову насиченість тексту за допомогою одиниць англійського походження. Зокрема, сучасні українські прозаїки активно послуговуються англіцизмами, особливо при змалюванні молодіжного середовища.

Функція авторського самовираження у використанні англіцизмів дозволяє письменнику більш точно висловити власні думки, показати знання іноземних мов, запобігти вживанню звичних слів. З особистістю автора безпосередньо пов'язаний склад англійських лексем, прийоми та засоби їх введення в текст, які визначаються конкретними соціально-психологічними факторами: освітою, культурним рівнем, місцем проживання під час написання твору та місцем навчання, наявністю іноземних членів родини автора, мовними смаками й особливостями стилю письменника, що вимагають тонкого мовного чуття.

Характер вживання англіцизмів у значній мірі залежить від тих безпосередніх завдань, які ставить перед собою автор художнього твору. Намагаючись вплинути на емоції читача й активізувати його увагу, він наповнює текст експресивно забарвленими англійськими елементами. Підбір і функціонування іноземних лексем знаходяться в безпосередній залежності від особистості автора, його намагає вплинути на читача, донести до нього авторський задум. Вживання потенціалу двох мов дозволяє письменнику краще відобразити національну дійсність і національні характери, прослідкувати зв'язок із психологією, культурою, традиціями, побутом, світосприйняттям іншого народу.

Водночас залучення англомовних елементів до художньої літератури потребує від автора тонкого мовного чуття, знання особливостей і закономірностей їх використання, тобто передбачає високе володіння письменником англійською мовою. Іншомовні лексеми в художньому тексті створюють творчу неповторність стилю автора. У результаті взаємодії або паралельного використання двох мов формуються нові художні прийоми, що дозволяють передати творчу оригінальність письменника, з'являється новий специфічний індивідуальний мовний стиль.

ВИСНОВКИ

Особливості розвитку сучасної української мови визначають тенденції якісних і кількісних змін її лексичного складу, що виявляють взаємозалежні процеси його поповнення новими номінаціями – чи то okazіоналізмами, чи то запозиченою лексикою, чи стилістично зниженою тощо – або вилученням номінацій, які не відповідають мовним нормам чи новим суспільним, насамперед комунікативним, потребам.

Процеси змін та оновлення лексики української мови репрезентують динаміку лексичних норм і перегляд мовних смаків суспільства, призводячи до появи нових чи заміни лексичних одиниць, які зрозумілі за змістом, доступні за функціонально-стилістичними характеристиками. Прикметною рисою розвитку сучасної мовознавчої науки є посилений інтерес до мовних одиниць різних рівнів. У колі наукових інтересів постійно перебуває їхній семантичний і стилістичний аспекти, поглиблений аналіз яких зумовлює потребу по-новому осмислювати і досліджувати ці лінгвістичні явища.

Праці авторитетних лінгвістів і зібраний нами значний фактичний матеріал засвідчили, що на початку ХХІ століття найбільш численну групу запозичень в українській мові становлять англіцизми. Їх поява зумовлена інформатизацією і глобалізацією сучасного світу, бажанням мовців реагувати на всі зміни, запити й потреби сьогодення. Одним із найбільш дієвих каналів входження англіцизмів до українського мовного простору вважають сучасні мас-медіа і художню літературу.

Запозичення – це не тільки просте передавання сформованих елементів однієї мови у володіння іншої мови, це водночас і процес їх органічного освоєння системою мови, яка запозичає, пристосування лексем до власних потреб мови, перетворення – структурне, фонетичне і семантичне – в умовах іншої системи.

У роботі виокремлено чинники (позамовні та мовні) іншомовних запозичень і виникнення нових слів або переосмислення чи появи нових значень: розвиток економічних зв'язків, вплив стилю американського життя, мода на іноземні слова, досягнення англомовних країн в окремих сферах діяльності, пожвавлення культурних зв'язків, двомовність, умови функціонування української мови, зрушення комунікативно-прагматичного характеру, престиж англійської мови, стереотипи сприйняття США та Великої Британії пересічним громадянином, вживання англіцизмів для демонстрації освіченості або неординарності та внутрішньомовні потреби.

Нами було опрацьовано 350 лексичних одиниць англійських запозичень, дібраних із творів Любка Дереша, Сергія Жадана, Ірени Карпи, Софії Майданської, Євгенії Кононенко. Англіцизми є найпродуктивнішими іншомовними елементами сьогодення, вони знаходять вираження в сучасному писемному мовленні. У контексті художніх творів їх використано для прямої номінації денотата або ж для виконання додаткової стилістичної функції, як-от: мовно-національна ідентифікація героя, засіб створення жартівливого чи іронічного впливу на реципієнта тощо.

Унаслідок систематизації та узагальнення фактичного матеріалу нами встановлено використання у мові сучасних українських прозових творів 6 основних лексико-тематичних груп англіцизмів: *літературно-мистецька лексика; назви осіб; лексика, що характеризує емоційний стан та поведінку людини; назви комп'ютерної техніки та технології; назви офісної техніки та канцелярського приладдя; назви одягу та взуття; назви тканин і прикрас; абстрактна лексика.*

Екзотизми англійського походження в аналізованих текстах переважно позбавлені емоційно-експресивного забарвлення. Такі лексеми вказують на особливості англійської або американської культури. Це ввічливі звертання, як-от: *лорд, леді, містер, міс або місіс; номінації*

предметів і явищ, таких як: *кеб, наб*; найменування традиційних страв, як-от: *фіш-ен-чипс, хот-дог* тощо.

У нашому дослідженні стилістична функція англіцизмів розглядається як творча реалізація мовних засобів у тексті для здійснення задуму художньо-виражального навантаження відповідно до художнього завдання автора.

В українському художньому тексті кінця ХХ – початку ХХІ ст. англійські лексеми виступають насамперед у номінативній і стилістичній функціях. Номінативна (репрезентативна, інформаційна, семантична) функція англійських запозичень є найпоширенішою. Вона пов'язана з необхідністю позначення предметів і явищ, відсутніх в українській мові.

Іншомовні елементи є практичною потребою, їх обдумано вжито, для прикладу, в текстах Є. Кононенко. Автора пропонує використання паралельної моделі «іншомовне слово – лексема в українській мові», в основі якої – англо-український переклад. Зі стилістичного боку вона надає експресивного заряду висловленому, має прагматичне застосування: уможливорює використання іншомовних елементів без необхідних тлумачень чи коментарів.

Характерними є випадки імітації індивідуальної мовної манери персонажа, коли поряд із запозиченнями автор використовує просторічні слова та вирази, нецензурну лексику. У результаті подібного поєднання створюється протиріччя, яке базується на стильовій диференціації, що дозволяє робити висновок про реальний соціальний статус дійових осіб.

Мовна гра, або карнавальність у використанні англіцизмів полягає в тому, що в грі з мовою сучасні українські прозаїки створюють слова-гібриди, пояснюють значення деяких слів, використовуючи при цьому засіб народної етимології. Прийом етимологізації – пояснення значення, походження іншомовного слова, автори, зокрема І.Карпа, використовують для створення гумористичного, комічного ефекту розповіді.

Характер вживання англiцизмiв залежить вiд тих безпосереднiх завдань, якi ставить перед собою автор художнього твору. Намагаючись вплинути на емоцiї читача й активiзувати його увагу, вiн наповнює текст експресивно забарвленими англiськими елементами. Пiдбiр i функцiонування iншомовних лексем знаходяться в безпосереднiй залежностi вiд особистостi автора, його намагань вплинути на читача, донести до нього авторський задум. Вживання потенцiалу двох мов дозволяє письменнику краще вiдобразити нацiональну дiйснiсть i нацiональнi характери, прослiдкувати зв'язок iз психологiєю, культурою, традицiями, побутом, свiтосприйняттям iншого народу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажнюк Б.М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації // Мовознавство. 2001, № 3. С. 48-54.
2. Ажнюк Б.М. Англiцизми в сучасній українській, російській і чеській мовах // Мовознавство. 2008, № 2-3. С. 190-207.
3. Англо-український, українсько-англійський словник [уклад. Н. М. Биховець, І. І. Борисенко, Г. О. Герасименко та ін.] / За ред. Ю. О. Жлуктенка. Київ, 1997. 696 с.
4. Архипенко Л.М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові : етапи і ступені адаптації (на матеріалі англiцизмів у пресі кінця ХХ – початку ХХІ ст.) Харків, 2005. 314 с.
5. Астаніна Н.А. Нові англомовні запозичення як один із засобів створення мовної картини світу мови-реципієнта // Нова філологія. Запоріжжя, 2003. № 2. С. 145-153.
6. Баранник Д.Х. Українська мова на межі століть // Мовознавство. 2001, № 3. С. 40-47.
7. Бибиc С. П., Сюта Г. М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання. Харків, 2006. 623 с.
8. Битківська Я.В. Тенденції засвоєння та розвиток семантики англiзмів у сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. Івано-Франківськ, 2008. 18 с.
9. Бойко Н. І. Типи лексичної експресивності в українській літературній мові // Мовознавство. 2002, №2-3. С. 10-21.
10. Бойко Н.В. Функціонування романо-германських запозичень у творах сучасних українських прозаїків (на матеріалі твору С.Жадана «Біг Мак») // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського : зб. наук. праць. Вінниця, 2009. Вип. 11. С. 141–144.

11. Борис Д.П. Неосленгізми в англійській мові початку ХХІ століття : структура і семантика: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. Київ, 2017. 22 с.
12. Босак Н.Ф., Печерська В.А. Причини появи запозичень-англіцизмів в українських ЗМІ // Лексико-граматичні інновації в сучасних слов'янських мовах: матеріали II Міжнародної наукової конференції. Дніпропетровськ, 2005. С. 43-45.
13. Гудима Н.В. Класифікація основних типів запозичень у сучасній українській літературній мові // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський, 2009. Вип. 20. С. 147–151.
14. Гудима Н.В. Мовні причини запозичень у творах сучасних українських постмодерністських прозаїків (на матеріалі творів С. Жадана та Л. Дереша) // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський, 2009. Вип. 18. С. 20–24.
15. Гудима Н.В. Вплив мовних та позамовних чинників на збагачення словникового складу сучасної української літературної мови // Актуальні проблеми слов'янської філології. Бердянськ, 2010. Вип. ХХІІІ. Ч. ІV. С. 308–316.
16. Давиденко Т. А. Іншомовні лексеми в жіночій прозі к. ХХ – п. ХХІ ст.: специфіка функціонування, стилістичні функції // Лінгвістика і поетика тексту. Київ, 2013. С. 213 – 218.
17. Домрачева І.Р. Мовні девіації в українських засобах масової інформації // Вісник Донецького національного університету. Сер.: Гуманітарні науки. 2015, № 1-2. С. 97-103.
Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnug_2015_1-2_18.
18. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4 т. Донецьк, 2012. Т. 1. 402 с.

19. Зайцева В.В. Метонімія як спосіб вторинної номінації у мові друкованих засобів інформації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. Дніпропетровськ, 2009. 20 с.
20. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук. Київ, 1999. 33 с.
21. Іванишин В. Мова і нація. Дрогобич, 1994. 216 с.
22. Капелюшний А.О. Практична стилістика української мови : навчальний посібник. Львів, 2007. 400 с.
23. Карпіловська Є.А. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій // Українська мова. 2007, № 4. С.3-15.
24. Клименко Н.Ф. Оновлення словотворчих ресурсів як наслідок семантичної інтерференції мов // Збірник радова «Творба речи и њени ресурси у словенским језицима». Србија, Београд, 2012. С. 131-140.
25. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української мови. Київ, 1987. 349 с.
26. Коваль Т. Р. Експресивність та засоби її творення в сучасному дискурсі преси // Режим доступу: <http://litmisto.org.ua/?p=9269>
27. Космеда Т. А. Явище українсько-російського й російсько-українського запозичення в аспекті лінгвопрагматики // Російське слово в українському тексті. Українське слово в російському тексті: Збірник наук. праць / за ред. Т. А. Космеди. Львів, 1998. С. 41–60.
28. Кочан М. І. Лінгвістичний аналіз тексту: навчальний посібник. Київ, 2008. 423 с.
29. Кочерган М.П. Загальне мовознавство. Київ, 1999. 288с.
30. Кравець Л. Динаміка метафори в українській поезії ХХ століття: монографія. Київ, 2012. 416 с.

- 31.Кьорян Г.В. Романізми в українських говорах Хустищини: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2001. 20с.
- 32.Лисенко О.А. Освоєння німецькомовних запозичень в українській звуково-технічній термінології: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 1999. 21с.
33. Ломовцева А. Новітні англізми в українській мові та проблеми лексичної варіантності // Українська мова. 2003, № 1. С. 96-102.
- 34.Лук'янюк В. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] / Володимир Лук'янюк. – 2001. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.jnsm.com.ua/ures/book/index.shtml?14966>.
- 35.Майструк Т. Номінативна функція англіцизмів різних семантичних груп у текстах публіцистичного стилю // Філологічні студії : Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету : зб. наук. праць. Кривий Ріг, 2008. Вип. 2. С. 37-44.
36. Майструк Т. Стилiстичнi функцiї англiзмiв рiзних семантичних груп у текстах публіцистичного стилю // Українська мова серед інших слов'янських: етнологічні та граматичні параметри. Кривий Ріг, 2009. С. 454-459.
37. Мацько Л.І. та ін. Стилiстика української мови: Підручник. Київ, 2003. 459 с.
38. Медведєва Т.М. Інолексеми як один із чинників становлення лексичної системи української мови // Дослідження з лексикології і граматики української мови: Збірник наукових праць. Дніпропетровськ, 2013. Вип. 13. С. 66-74.
39. Медведєва Т.М. Структурно-семантичні особливості інолексем в масмедійному дискурсі // Modern directions of theoretical and applied researches. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/philosophy-and-philology->

- 113/linguisticsand-foreign-languages-in-the-world-today-113/16565-113-0072.
40. Мельник С. М. Іншомовна лексика як джерело лексичних інновацій у художній прозі кінця ХХ – початку ХХІ століть // Лінгвістика. 2010, №2 (20). С. 186–192.
41. Навальна М.І. Варваризми в мові сучасної української періодики / М. Навальна // Психолінгвістика. 2012. Вип. 9. С. 217-225.
42. Наумовець А.Л. Імплементация англіцизмів в українській мові // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Київ, 2001. Вип. IV. С.15-16.
43. Новий англо-український українсько-англійський словник / [уклад. В. Улянець та ін.]. Харків, 2003. 1526 с.
44. Пилипенко І.О. Варіативність англомовних запозичень у сучасних українських ЗМІ // Мова і культура. 2017. Вип. 20. Т. IV (189). С.131-136.
45. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник. Тернопіль, 2000. 248с.
46. Попова Н.О. Структурно-семантичні особливості новітніх лексичних запозичень з англійської в українську мову (90-ті рр. ХХ ст. – початок ХХІ ст.) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2004. 196 с.
47. Радчук В. Українська мова в контексті глобалізації лінгвосфери // Українська мова. 2002, №3. С. 3-14.
48. Рожило Л. П. Загальні основи лінгвістичного аналізу художнього твору // Українська мова та література в школі. 1978, №2. С. 20-28.
49. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). Київ, 1999. 748 с.
50. Селіванова О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава, 2011. 844 с.
51. Селігей П.О. Що нам робити із запозиченнями? Ч. 2 // Українська мова. 2007, № 4. С. 16–32.

52. Сімонок В.П. Семантико-функціональний аспект аналізу іншомовної лексики в сучасній українській мовній картині світу. Харків, 2000. 332с.
53. Сімонок В. П. Лексико-семантична рецепція іншомовної лексики в українській мовній картині світу : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Харків, 2001. 478 с.
- 54.Словник української мови. Томи 1-8. [Електронний ресурс] // Український мовно-інформаційний фонд НАН України. 2015. Режим доступу до ресурсу: <http://lcorp.ulif.org.ua/ExplS/>.
55. Словник іншомовних слів: 23 000 слів та термінологічних словосполучень / [уклад. Л.О.Пустовіт та ін.]. Київ, 2000. 1018с.
56. Степанюк О.В. Стилiстичнi функцiї запозичень у поетичнiй творчостi Л.Костенко: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фiлол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 1997. 20с.
- 57.Сучасний словник іншомовних слів: Близько 20 тис. слів і словосполучень / [уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. Київ, 2006. 789 с.
- 58.Сучасний словник іншомовних слів / [уклад. Л.І.Нечволод]. Харків, 2007. 768с.
59. Сучасний словник іншомовних слів для середньої і вищої школи: Близько 20000 слів [уклад. І. Г. Данилюк]. Донецьк, 2008. 576 с.
60. Тростогон М. А. Словник іншомовної лексики наукових та публіцистичних праць І. Я. Франка. Вінниця, 2001. 96 с.
61. Українська мова. Енциклопедія / [редкол.: В. М. Русанівський та ін.]. Київ, 2007. 856 с.
- 62.Українська мова. Енциклопедія / [за ред. І. В. Муромцева]. Київ, 2011. 400 с.
63. Чемеркін С. Чи потрібні нам латинські літери? // Культура слова. Київ, 2011. Вип. 74. С. 121–124.

64. Шаповалова Г. Джерела сучасної неологічної лексики іншомовного походження та доцільність її використання // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». Львів, 2003. Вип. 23. С. 121-125.
65. Шевченко Л.І. Новий словник іншомовних слів: близько 40 000 сл. і словосполучень. Київ, 2008. 672с.
66. Шерех Ю. Нарис сучасної української літературної мови. Мюнхен, 1951. 402 с.
67. Шульга Д. О. Іншомовні слова в письменницькому епістолярії 20-50-х років ХХ ст.: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпропетровськ, 2012. 20 с.
68. Ясинецька Н.А. Переклад як передумова запозичення нових англіцизмів до української мови // Лінгвістичні дослідження. Актуальні проблеми сучасного художнього і галузевого перекладу. Горлівка, 2013. С. 81-84.
69. Ясинецька Н.А. Структурно-семантичні особливості та функціонування новітніх англіцизмів в українській мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2013. 253 с.
70. Ясинецька О.А. Переклад нових англійських публіцистичних метафор українською мовою: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.16 «Перекладознавство». Київ, 2009. 22 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дереш Л. Культ. Львів, 2006. 208с.
2. Дереш Л. Трохи пітьми, або на Краю світу. Харків, 2007. 288с.
3. Жадан С. Біг Мак. Київ, 2006. 231с.
4. Жадан С. Депеш Мод. Харків, 2006. 229с.
5. Жадан С. Капітал. Харків, 2007. 564 с.
6. Карпа І. 50 хвилин трави. Київ, 2002. 248 с.
7. Кононенко Є. Імітація. Львів, 2006. 434 с.
8. Майданська С. Сподіваюсь на тебе. Київ, 2013. 574 с.