

Отримано: 10 лютого 2020 року

Прорецензовано: 17 лютого 2020 року

Прийнято до друку: 20 лютого 2020 року

e-mail: yuliia.maksymenko0592@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2020-10(78)-96-99

Шумейко Л. В., Максименко Ю. С. Функціонування запозичених з англійської мови слів у сучасному молодіжному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 10(78). С. 96–99.

УДК: 81-119

Шумейко Людмила Василівна,
кандидат філологічних наук, доцент
Максименко Юлія Сергіївна,
викладач

Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАПОЗИЧЕНИХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СЛІВ У СУЧАСНОМУ МОЛОДІЖНОМУ ДИСКУРСІ

У статті проаналізовані особливості функціонування англіцизмів та американізмів, лексичних одиниць, запозичених з англійської мови, у молодіжному дискурсі, який визначається як той, хто говорить та умови говоріння. Виявлені основні сфери вживання англіцизмів молоддю і визначені чинники, які впливають на активне використання запозичених з англійської мови лексичних одиниць і молодіжному дискурсі. Одним із головних чинників визначено розвиток технологій і можливості Інтернет-спілкування, а також намагання молодих людей виглядати сучасними і піклуватися про власний імідж. Зазначається, що багато запозичених з англійської мови слів вживаються як в неадаптованій оригінальній формі, так і в транслітерованому виді з певним ступенем граматичної адаптації в українську мову.

Ключові слова: запозичення, англіцизми, американізми, молодіжний дискурс, сфера функціонування.

Lyudmyla V. Shumeiko,
PhD (Philology), Associate Professor
Yuliia S. Maksymenko,
Teacher

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

THE FUNCTIONING OF THE WORDS BORROWED FROM THE ENGLISH LANGUAGE IN MODERN YOUTH DISCOURSE

The article deals with the peculiarities of the functioning of anglicisms and americanisms, lexical units borrowed from the English language, in youth discourse, which is defined as the speaker and the conditions of speech. The main areas of use of English language by youth are identified in the article, and they are technologies, business, economy, culture, sport, travelling, fashion and every day life as within the professional sphere and within interpersonal communication. The factors that influence the active use of the borrowings from the English language in youth discourse are also identified. One of the main factors is the development of technologies and the ability to communicate online, as well as the efforts of young people to look up-to-date and care of their own image. It is noted that many words borrowed from the English language are used in both the non-adapted original form and in the transliterated form with some degree of grammatical adaptation to the Ukrainian language. It is specified that in the process of the borrowings adaptation into Ukrainian language some words expand or change their semantics. It is foreseen in the article that due to the processes of globalization and the current status of the English language as well as with the development of new technologies the borrowings from English will continue.

Key words: borrowing, anglicisms, americanisms, youth discourse, sphere of functioning.

Постановка проблеми. Сучасна молодь швидко адаптується й активно користується можливостями нинішнього постійного потоку інформації, відсутністю кордонів для спілкування та розширенням його меж. Глобальна мережа Інтернет, через яку діють численні соціальні мережі, так звані пабліки, свобода пересування та можливість подорожувати світом, у тому числі, й з професійною метою, існування і діяльність міжнародних молодіжних організацій, панування англійської мови як мови міжнародного спілкування – все це фактори, які впливають на сучасний молодіжний дискурс і формують його. Дискурс, за визначенням, є текстом, який занурений у життя [1], мовлення, «мова, що присвоюється мовцю» [2, с. 296], «мовна практика» будь-якої спільноти, яка опосередкована універсумом лінгвістичних знаків, соціальних інститутів, культурних символів» [7, с. 156]. Тобто, молодіжний дискурс – це сукупність мовленнєвих практик молоді в різних обставинах спілкування. Такими обставинами можуть бути навчання, робота, дозвілля, соціальні комунікації і т. і.

Актуальність дослідження. Серед мовних процесів, які відбуваються сьогодні, мабуть найпомітнішим є вплив англійської на інші мови, що проявляється, перш за все, у використанні величезної кількості слів та зворотів англійської мови (англіцизмів та американізмів), яка за останній час набула значення глобальної. Про значення англійської мови як нинішньої *lingua franca* написано багато робіт, наприклад, [9]. Вчені пояснюють домінування англійської мови такими загальносвітовими процесами, як глобалізація економіки і політики, активний розвиток і розповсюдження інформаційних технологій, розробка яких, в більшості своїй, відбувається в англійськомовному середовищі, інтернаціоналізацією науки, поширенням культурних зв'язків та туризму. Зараз усі ці процеси є дуже стрімкими, тому в багатьох мовах постійно з'являються нові англіцизми та американізми, які, завдяки глобальній мережі Інтернет, входять в мовний обіг і стають частиною повсякденного спілкування людей, в першу чергу, молоді. Аналіз цих процесів з точки зору мовленнєвих практик, молодіжного дискурсу, є одним з завдань вирішення загальної проблеми процесів мовних запозичень. даного дослідження.

Мета статті – проаналізувати особливості функціонування англіцизмів, тобто слів, запозичених з англійської мови, у сучасному молодіжному дискурсі. Досягнення цієї мети можливо на основі вирішення наступних завдань: 1) схарактеризувати сам процес мовних запозичень; 2) виявити сфери найбільшого розповсюдження нових запозичень з англійської мови;

3) схарактеризувати такі запозичення з лексико-граматичної точки зору; 4) визначити чинники, що впливають на активне функціонування запозичених з англійської мови слів у молодіжному дискурсі. Для написання статті використовувалися загальнофілософські і загальнонаукові методи аналізу, опису, узагальнення, а також метод вибірки.

Аналіз наукових досліджень з проблематики. Процес появи і функціонування запозичених слів у мові-приймачі є природним процесом поповнення словникового запасу будь-якої мови та історичних змін в ній. Запозичена з англійської лексики у сучасній українській мові була предметом вивчення таких вчених як Л. Кислюк, О. Стишов, С. Федорець, В. Радчук, О. Чередниченко, І. Дзюба, К. Пауер, Ф. Бацевич та багато інших.

Викладення основного матеріалу. Простежуючи історичний розвиток української мови та появу в ній запозичених слів з англійської та інших мов, слід сказати, що багато англіцизмів та американізмів з'явилися в ній вже давно і функціонують з тим чи іншим ступенем асиміляції в рідну мову. Іноді вони можуть навіть сприйматися як не запозичені слова, а як ті, що існували у мові з давніх часів (*порт, парк, спорт, троллейбус, банк, чек, комбайн, контейнер, реальний*). Деякі з таких запозичень залишили ознаки запозичених слів, тобто, не були повністю адаптовані у структурно-граматичну систему мови-приймача (*реаліті-шоу, прайм-тайм, тест-драйв, фешн-шоу, ток-шоу*), інші ж, набули семантико-граматичні ознаки слів рідної мови і можливість змінюватися за граматичними категоріями мови-приймача (*футбол, пудінг, кекс, джаз, фокстрот, долар*).

Традиційно запозичені слова адаптуються у мові-приймачі фонетично, графічно і морфологічно. За нинішніх умов функціонування англіцизмів та американізмів в українській мові можна додати ще й семантичну та дискурсивну адаптацію запозичень. Процес асиміляції запозиченого слова означає його адаптацію до звукової системи мови-приймача, до правил словотвору та лексичної сполучуваності.

Слова, які запозичуються з англійської мови сьогодні, вчені розподіляють на тематичні групи, що відносяться до тих сфер життя, що стрімко розвиваються: технології, наука, політика і бізнес, у тому числі, і шоу-бізнес, спорт, реклама, щоденне життя [5]. Спілкування молоді також так чи інакше пов'язане з цими сферами, а також важливим є безпосередньо міжособистісне спілкування. Розглянемо детальніше, як функціонують у цих сферах слова, запозичені з англійської мови.

Стрімкий технологічний розвиток зумовив появу нових понять, яким необхідно було надати нові назви. Англійська мова стала мовою, через яку ці поняття набули матеріальної мовної форми у вигляді слів, сполучень, аббревіатур. Інші мови світу стали мовами-приймачами для нових назв зі сфери технологій. В українській мові адаптація нових англіцизмів та американізмів зі сфери технологій виглядає як: 1) вживання англійського слова в українському тексті в його оригінальній формі, наприклад, *www* [дабі-дабі-дабі], *wf*, [вай-фай], *PC* [ніці], *usb* [юесбі]; *PR* [ніар], *sim-card*, *whiteboard*, *no comment*; 2) передача англійського слова засобами української мови (графічна, лексико-семантична і фонологічна адаптація) зі збереженням звукової форми англіцизму (ті ж самі слова (аббревіатури) зустрічаються і вживаються і в адаптованому українською мовою вигляді: *вай-фай*, [юесбі], *софт* (*soft*), *веб-дизайн*, *браузер*, *сервер*, *ютуб*, а також інші численні приклади: *інсайдер*, *проект*, *презентація*, *інтерактивний*, *креативний*, *дисплей*, *комп'ютер*, *інструктор*, *регулярний* та багато інших.

Терміни із сфери технологій часто вживаються молоддю, оскільки ця сфера – нова, і більшість фахівців у ній – молоді люди. Також молодь більш схильна до нового, скоріше розбирається в інноваціях, ніж старше покоління. До того ж для молоді це – питання престижу – бути в курсі новітніх розробок, втілених у сучасні дівайси, програми, тощо.

Молода людина, чий фах полягає у сфері технологій, також може вживати англіцизми та американізми під час професійного спілкування, в якості професійного жаргону (*забанити, тім-лід, кейси*, і.т.п.). З часом частина таких професійних жаргонізмів стає загальноновживаною, якщо вони позначають не вузькоспеціалізовані речі чи інноваційні винаходи, а ті, що стають надбанням багатьох (*тач-скрін, смартфон, конектити, твітнути, хостінг, юзер, клік, клікнути*). Особливістю англіцизмів, термінів зі сфери технологій є наявність великої кількості аббревіатур, які в українській мові також вживаються у формі скорочень (*CD Rom, DVD, URL*).

На даний час багато молоді має економічний фах, працює у сфері економіки і фінансів, у якій також багато слів, запозичених з англійської мови внаслідок глобалізації економіки і розвитку міжнародного бізнесу. Слова, запозичені з англійської мови, також можуть вживатися молодими людьми як професійний жаргон, а також набувати загального вжитку внаслідок розповсюдження інформації через СМІ, позначаючи явища, що стали частиною щоденного життя. Наприклад, такі слова, як *брокер, аутсорсинг, франчайзинг, лізинг, котировка, ф'ючерс, інвойс*, більше зустрічаються у професійній сфері, тоді як загальноновживаними англіцизмами зі сфери економіки, фінансів та бізнесу стали, наприклад, такі слова, як *бізнес, менеджмент, менеджер, топ-менеджер, маркетинг, дефолт, чек, чартер, дисконт, девальвація, інфляція, сейли, ріелтер* та багато інших. Англійські запозичення зі сфери економіки стали розповсюджуваними в результаті зміни економічної парадигми, і, як наслідок, появи нових понять, а також в наслідок міжнародної уніфікації назв, як це траплялося раніше, наприклад, з залученням латинської мови на позначення понять з метою їх розуміння у глобальному масштабі.

Зараз відчутна загальна тенденція давати модернізовану іншомовну назву існуючому поняттю, як, наприклад, зі словом *office*. Слово *office* означає одночасно, і кабінет, і контору, і відділ, і бюро, і офіс, і канцелярію, і посаду, і має ще низку значень [10]. Тому воно виглядає більш сучасним, більш придатним до тенденції часу, ніж, наприклад, канцелярія чи кабінет. Чи інший приклад – слово *чат* (*chat*), сидіти у чатах, *чатитися*. Молодь при спілкуванні скоріше буде вживати це слово, ніж його переклад – балічки, балакати, особливо, якщо це стосується певного виду комунікацій, а саме, у соціальних мережах. Слово *image* перекладається як образ, зображення, але імідж у сучасному вживанні не просто функціонує як перекладене слово – його семантика поширена на позначення уявлення про людину, її соціальний статус, поведіння, вигляд, те, як людина сприймається у оточенні.

Паування СМІ у сучасному світі, переваження інформацією будь-якого гатунку, велика кількість реклами, у тому числі, і від міжнародних кампаній, також є чинником появи великої кількості англіцизмів у сучасній українській мові і вживання цих слів молоддю, яка, у першу чергу, намагається слідувати сучасним тенденціям і бути у «тренді». Тому сфера реклами, піару, створення іміджу є також невичерпним джерелом появи нових англіцизмів і вживання них у молодіжному дискурсі. Реклама є поширеною, повторюваною, іноді навіть нав'язливою, тому вона легко стає частиною дискурсу. До того ж, у рекламі дозволені мовні експерименти, гра слів, змішування понять, тощо, що може цікавити молодь, яка, у свою

чергу, відкрита для експериментувань [3].

Англiцизми та американизми у рекламі – це також назви компаній, брендів, товару, послуг. Назви брендів, що позначають виробництво, торгівельну марку часто з ряду власних назв переходять до ряду загальних, наприклад, *він їздить на форді* (Форд – засновник компанії по виробництву машин); *у неї була сумка Burberry* (британська компанія, що виробляє одяг та аксесуари класу люкс); *на ній було плаття Alexander Mc Queen* (товари – одяг та взуття від відомого англійського дизайнера).

Вчені фіксують функціонування великої кількості англiцизмів у сучасній українській мові у сфері політики і міжнародних відносин (*брифінг, саміт, імпiчмент, інавгурація, лобіювати, спікер, екзит-пол*). Такі слова дуже часто вживаються у СМІ, на телебаченні, у коментарях, вони зрозумілі за контекстом вживання, але не дуже характерні для молодіжного дискурсу, оскільки молодь більш цікавиться сферою навчання, технологій, кар'єри, спорту, взаємин, модою, а ніж політикою. Зазначимо також сферу спорту, у якій традиційно багато запозичень з англійської мови (*теніс, футбол, волейбол* та ін..) Але за останній час і ця сфера значно поповнилася новими англiцизмами на позначення менш традиційних видів спорту чи розваг, або таких, які не були відомими це декілька десятків років у нашій країні (*боулінг, дайвінг, рафтинг, роуп джампінг, армреслінг, фрістайл* та інші). Ці назви позначають реалії, не характерні для нашої країни, вони є новими поняттями з новими назвами. До того ж у процесі запозичення відбувається розширення семантики англiцизму при входженні його в українську мову. Зрозуміло, що *армреслінг* – це не зовсім рукоборство (як могло б звучати у перекладі), враховуючи шоу, яке супроводжує нинішні спортивні змагання. Також, зберігається традиція залишати англійський варіант назв видів спорту.

Запозичені з англійської мови слова зі сфери культури, зокрема, поп-культури, моди та дизайну становлять значну кількість сучасних запозичень: *шоу-бізнес, ток-шоу, реаліті-шоу, римейк, екшн, треш, стріт-арт, файершоу* та багато інших. Для молодіжного дискурсу характерне постійне вживання таких запозичень, оскільки ці теми популярні для обговорення і свідчать, що молода людина обізнана у *мейнстрімі*, в курсі сучасних мовленнєвих практик і напрямів, більш менш володіє англійською мовою, що позитивно позначається на її загальному іміджі. Додамо, що подібні англiцизми можуть вживатися як у формальному, так і неформальному спілкуванні, і не вважаються такими, які псуєть мовлення чи роблять його непринятним. Причина їх появи – поява нових понять, що йдуть з культури англомовних країн.

Особливості неформального мовлення за нинішніх умов можна прослідкувати у соціальних мережах Інтернету, які молоді люди відвідують найчастіше за інші категорії населення. Спілкування у соціальних мережах має свої жанри, етикет, мовні та інші засоби вираження думки [6]. Спілкування в Інтернеті може бути безпосереднім чи віддаленим у часі (і у просторі), залежить від функціоналу та технологічних можливостей – можливістю додавання фото, аудіо, відео, тощо. Будучи пов'язаним з технологіями, спілкування у соціальних мережах передбачає володіння певними кодами для передачі і отримання інформації: сленг, серед якого велика кількість англiцизмів, у тому числі, і певних скорочень; *смайлики* (smile – посмішка, англiцизм, адаптований українською мовою) та *емотікони* (emoticon – емотікон – певне зображення, яке передає емоцію замість слів), *стікери* (sticker – наліпка), *гіфки* (gif – Graphic Interchange Format), *лайки* (like – уподобання того, що написано, фотографії, відео), *хейтери* (hate – ненавидіти, hater – той, хто виказує своє не уподобання), *репост* (repost – повторна публікація того, що вже надруковано), *хештеги* (hash – решітка, – тег, ярлик), *нік* (nick – прізвисько), *юзернік* (user pic – картинка користувача, аватар). Самі назви найпопулярніших соціальних мереж – англiцизми, які молодь вживає як в оригінальній формі (англійською мовою – *Facebook, Twitter, Instagam*), так і у транслітерованому (*Фейсбук, Твітер, Інстаграм*). Спілкування у соціальних мережах передбачає розуміння численних загальноприйнятих скорочень, запозичених з англійської мови – *LOL* (laugh out loudly – дуже смішно), *whf* (what a fuck – якого дідька), *OMG* (Oh, my God – Боже мій), *IMHO* (in my humble opinion – на мою скромну думку), *RIP* (Rest in Peace – покойся з миром), *AAF* (as a friend – як друг), *ASAIK* (as soon as I know – наскільки я знаю), *ЕМО* (emotional – емоційний), деякі з них вже передаються й засобами української мови, наприклад, *ЛОЛ* (LOL). Скорочення деяких фраз не обмежуються лише акронімами, у деяких спостерігається наявність букв і цифр для більш швидкого набору тексту, наприклад, *4U* (for you – для тебе), *2U* (to you – тобі), *U2* (you too – також), *B2B* (business to business – від бізнеса бізнесу), *2morrow* (tomorrow – завтра). Спілкування і участь в Інтернет-контактах передбачають створення постів (posts), набування якомога більшої кількості підписників – *фоловерів* – (followers), коментування (comments), можливість *запостити* (post), *лайкнути* (like).

Молодіжний дискурс може також стосуватися побутових тем, щоденного життя, культурних і навчальних заходів, які внаслідок сучасних тенденцій також передаються за допомогою запозичених англійських слів, аніж українських. Так, вечірку скоріш за все назвуть паті, захід – *івентом*, ходити по крамниціях – *шопитися*, магазини – це *шопінг-центри* або *моли*, послуги – *сервіс*, підробка – *фейк*, тощо. У нашому сьогоденному суспільстві з'явилися нові види діяльності, назви яких було зроблено за допомогою англiцизмів-американизмів – *хедхантінг* (head hunting), *тім білдінг* (team building), *коучінг* (coaching), *клінінг* (cleaning), *челендж* (challenge) та інші.

З точки зору граматики більшість англійських запозичень – іменники, але у молодіжному (а також у рекламному) дискурсі, завдяки креативності та бажанню проявити та виділити себе, молодь може перетворювати іменники у інші частини мови згідно контексту спілкування. Граматичні потенції англійської мови, як джерела запозичень, надають можливість мові-приймачеві робити перехід слова з однієї частини мови в іншу, як, наприклад, утворення іменника від дієслова, дієслова від іменника і т.д. Такі перетворення помітні при вживанні запозичених англiцизмів у молодіжному дискурсі: *чат-чатитися, коментувати-коменти, клік-клікнути, пост-запостити, твітер-твітнути, лайк-лайкати* та багато інших.

Висновки. Функціонування слів, запозичених з англійської мови, є ознакою мовних процесів сьогодення, хоча процес запозичення слів з однієї мови в іншу є природним джерелом поповнення словникового запасу будь-якої мови. Вживання таких слів характерно для багатьох дискурсів, у першу чергу, молодіжного, оскільки молодь найбільш схильна до інновацій. Якщо деякі англiцизми і американизми функціонують в українській мові вже довгий час з тим чи іншим ступенем асиміляції, саме молодь сприяє вживанню нових запозичень у різних сферах життя. Для молоді найбільш розповсюдженими сферами, у яких зустрічається найбільша кількість запозичень, є сфери технологій і Інтернет-спілкування, у тому числі і міжособистісного, сфери економіки та бізнесу, реклами, культури, спорту, подорожей і щоденного життя. Функціонування англiцизмів та американизмів у молодіжному дискурсі можливо як в неадаптованій формі (англійською мовою), так і у тран-

слітерованому вигляді з певною граматичною адаптацією до української мови як мови-приймача,

Перспективи подальшого дослідження проблеми. Оскільки процес запозичення слів із однієї мови у іншу є постійним і природним, природним та стрімким у наш час є поява нових понять та їхніх назв завдяки розвитку технологій, і саме тому запозичені слова і далі будуть з'являтися в українській та інших мовах. І молодь буде першою, хто сприятиме поширенню вживання цих слів у процеси спілкування, завдяки своїй схильності до нового, освіченості, імеджевості. Процеси, що відбуваються у світі у різних сферах, глобалізація світу, уніфікація понять, сучасне панування англійської мови будуть тими чинниками, які поширюватимуть словниковий запас як самої англійської мови, так і інших мов, які будуть вживати англійські запозичення.

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь под ред. В. Н. Ярцева. Москва: Сов. энциклопедия. 1990. С. 136–137.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика 3-е изд. Москва: Эдиториал УРСС. 2009. 448 с.
3. Ильясова С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия: монография. Москва: Л. П. Амири, 2016. 328 с.
4. Коробова І. Новітні англійські запозичення у сфері високих технологій сучасної української мови. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2013. С. 141–148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev_2013_2013_21 (Дата звернення 26.03.2020).
5. Крысин Л.П. Новый словарь иностранных слов. Москва: Эксмо. 2005. 480 с.
6. Матусевич А.А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический аспекты характеристики: дисс.. канд. филолог. наук/ 10.02.01. Киров, 2016: URL <https://diss.unn.ru/files/2016/670/diss-Matusevich-670.pdf> (Дата звернення 26.03.2020).
7. Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис, 2002. 742 с.
8. Юдина Т. В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации. *Язык средств массовой информации*. Под ред. М. Н. Володиной. Москва: Академический проект; Альма Матер, 2008. С. 654–658.
9. Crystal D. English as a Global Language. Cambridge University Press. 2-d ed. 2003
10. Longman Dictionary of Contemporary English. Third ed., 2003. 1949 p.