

УДК 811.161.2'37+811.161.2'373.611

**Т. С. Майструк**

## **НОМИНАТИВНА ФУНКЦІЯ АНГЛІЦИЗМІВ РІЗНИХ СЕМАНТИЧНИХ ГРУП У ТЕКСТАХ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ**

Майструк Т.С. Номінативна функція англiцизмiв рiзних семантичних груп у текстах публіцистичного стилю.

У статті розглянуто найчастотніші семантичні групи англійських запозичень, характерні для публіцистичних текстів, визначено їх номінативну функцію та особливості вживання англiцизмiв кожної семантичної групи у порiвнянні з текстами інших стилів. Вплив англiцизмiв на лексичну систему української мови також представлено в роботі.

*Ключові слова:* англiцизми, семантичні групи, номінативна функція, публіцистичний стиль.

Майструк Т.С. Номинативная функция англицизмов разных семантических групп в текстах публицистического стиля.

В статье рассматриваются самые употребляемые семантические группы англицизмов, характерные для публицистических текстов, определяется их номинативная функция и особенности использования англицизмов каждой семантической группы в сравнении с текстами других стилей. В статье рассматривается также влияние англицизмов на лексическую систему украинского языка.

*Ключевые слова:* англицизмы, семантические группы, номинативная функция, публицистический стиль.

Maystruk T.S. Nominative function of anglicisms of different semantic groups in the texts of publicistic style.

The article presents the most frequency semantic groups of English borrowings, typical for publicistic texts, their nominative function and peculiarities of using of each semantic group while comparing with texts of other styles. The influence of anglicisms on lexical system of Ukrainian language is also presented in the work.

*Key words:* anglicisms, semantic groups, nominative function, publicistic style.

У кінці ХХ – на початку ХХІ століття в українському мовознавстві посилилася увага до англійських запозичень, дослідники зацікавилися новими аспектами цієї проблеми. Через збільшення кількості англізмів велике значення надається процесу їх освоєння в українській мові (І. Кулинич, Є. Козир, О. Дьолог), доцільності їх використання та впливу на культуру мови (М. Каранська, Т. Зогоруйко, І. Фаріон, Т. Кияк, Г. Шаповалова), дослідженню англізмів в окремих галузях: у мові реклами (М. Кириленко, С. Федорець), у мові ЗМІ (В. Леснова, О. Йолкіна, Н. Босак, В. Печерська). Були також спроби розглядати функціонування англізмів, однак це робилося лише з точки зору їх уживання (С. Форманова, Т. Журова, М. Кириленко), поза увагою залишалася сама специфіка функціонування, тобто роль англізмів. Тим більше ми не знайшли ґрунтовних праць, присвячених ролі англізмів у текстах різних стилів.

Метою статті є визначення особливостей реалізації номінативної функції англізмів різних семантичних груп у публіцистичних текстах.

Як відомо, іншомовні слова, зокрема й англізми, на відміну від питомих лексем, мають специфічні особливості в називанні предметів: деякі слова-найменування переходять з англійської мови в українську разом із предметом чи поняттям іншомовної дійсності, заповнюючи при цьому лакуни в мові-реципієнті; інші – позначають вже існуючі предмети та поняття. С. Рижикова вважає, що в останньому випадку запозичені слова служать певним цілям: 1) вносять додаткові відтінки в поле значень відповідної групи питомих слів, уточнюють або деталізують поняття, що виражається питомих словом, служать для розмежування смислових відтінків; 2) усувають полісемію питомого слова, спрощують його смислову структуру; 3) використовуються як узагальнюючі найменування за наявності в мові лише деталізуючих позначень; 4) замінюють питомі описові звороти [5, 100]. Із зазначеним не можна не погодитися, проте все це позитивні цілі, при досягненні яких, на нашу думку, іноді можуть виникнути негативні для української мови наслідки – витіснення питомої лексики.

Отже, спершу, на наш погляд, необхідно виявити англізми різних семантичних груп та підгруп у публіцистичних текстах. При цьому спробуємо з'ясувати, які з них називають нові предмети, які позначають вже існуючі поняття та явища, а також визначити особливості їх функціонування.

З усіх досліджених нами англійських запозичень, що нараховують 488 одиниць, 215 одиниць (тобто 44 %) функціонують у публіцистичних текс-

тах (ПТ). Це є цілком закономірно, адже на сьогодні процесу поширення іншомовної лексики серед громадян значною мірою сприяє періодична преса, радіо, телебачення. Одним із стилів, яким послуговуються засоби масової інформації, є публіцистичний стиль (ПС), основне призначення якого полягає в тому, щоб служити розв'язанню суспільно-політичних питань, активно впливати на читачів, модифікувати свідомість адресата.

Сферою використання ПС є політико-ідеологічна діяльність суспільно-політичних і громадських організацій, установ та об'єднань, тому основною семантичною групою англійських запозичень у текстах цього стилю є „Політика та суспільство” – 14,4 % від усіх досліджених у ПС англіцизмів. Цю групу можна поділити на декілька підгруп:

- 1) англізми на позначення угод, союзів (*блок*);
- 2) назви зборів і заходів (*саміт, брифінг*);
- 3) терміни суспільно-політичної тематики (*імпічмент, піар*);
- 4) назви професій цієї сфери (*спікер*);
- 5) назви осіб (*спічрайтер*).

Особливістю ПТ сфери політики є те, що в них часто використовуються англізми, ужиті в переносному значенні: Цю мету підтримує кожен громадянин держави, якщо одержить чіткий план та щоденні практичні переконання в тому, що це не блеф і це є результатом і його особистої національної позиції („Українське слово”, № 42 за 15-21 жовтня 2008). Слово блеф тлумачиться так: [<англ. bluff – обман] – 1) прийом у грі в покер, коли гравець намагається скласти враження, що його карти більш виграшні, ніж воно є насправді; 2) перен. вигадка, брехня з метою введення в оману, залякування кого-небудь або перебільшення своєї значущості [3, 82]. У прямому значенні цей англізм можна було б віднести до семантичної групи „Азартні ігри”, а в переносному він може вживатися в будь-якій сфері. У цьому контексті ми віднесемо його до семантичної групи „Політика та суспільство” за сферою вживання, за значенням він може належати до семантичної підгрупи „політичні прийоми”. Цей англізм хоча й позначає вже існуюче поняття, однак вносить додатковий відтінок у значення питомого слова.

Ось інший приклад переносного значення англійського запозичення: Дуже хотілося б „Регіонам” мати свого віце-прем'єра з аграрних питань (у тандемі із „Солідарністю” вони готові клопотатися за нинішнього сільгоспміністра Івана Кириленка)... („Дзеркало тижня”, № 20 за 26 травня – 1 червня 2001). ТанDEM: 1) послідовне розташування однакових машин або їхніх частин в агрегаті на одній геометричній осі, лінії. 2) велосипед із двома ведучими механізмами й двома сидлами, розташованими одне за одним. 3) перен. пара, дует. 4) перен. єдність, союз, співдружність кого-, чого-небудь [2, 524]. У цьому прикладі англіцизм танDEM ужито в четвертому значенні. Англізм танDEM належить до семантичної групи „Політика та суспільство”, він не лише позначає вже існуюче поняття, але й витісняє питому лексему. Замість нього цілком можна було б використати український відповідник єдність.

Другою за чисельністю англomовних запозичень у ПТ є семантична група „Культура”, що є цілком закономірно, адже в світі завжди існував активний обмін культурними та мистецькими надбаннями між народами, а цей процес неможливий без іншомовних запозичень. У текстах публіцистичного стилю (ТПС) кількість англійських запозичень цієї групи становить 11,2 % від усіх досліджених у ПС англiзмiв, їх можна поділити на підгрупи:

- 1) журналістика (*інтерв'ю*);
- 2) вистави (*дог-шоу*);
- 3) терміни, пов'язані зі сферою культури (*імідж*);
- 4) кіно й відео (*екшн, трилер, блокбастер*);
- 5) назви кіногероїв (*супермен*);
- 6) музика (*реп, R & B, брейк*);
- 7) назви професії та осіб цієї сфери (*продюсер, дизайнер, діджей, шоумен*);
- 8) назви дійств та заходів (*раут*);
- 9) період відпочинку (*уїк-енд*).

Більшість із цих англійських слів заповнює лакуни в мові-реципієнті – називає нові предмети, поняття, явища і т. ін., виконуючи цим самим номінативну функцію, однак зустрічаються й такі, що позначають вже існуючі предмети та поняття.

Крім того, часто в ТПС, пов'язаних зі сферою культури, можна знайти англiзми, яких немає в словниках іншомовних слів: *Перфоменс*, який відбувся днями неподалік від Володимирської гірки, видався дуже симпатичним і важливим для розуміння того, що відбувається („День”, № 106 за 15.06.00). Англо-український словник за редакцією Ю. Жлуктенка подає таке визначення слова *перфоменс* (*performance*): 1) виконання; 2) вистава [1, 235]. У наведеному прикладі воно вжите в другому значенні, однак цей англiзм називає вже існуюче поняття, витісняючи при цьому питому лексему. Його ми віднесемо до підгрупи „назви дійств та заходів”.

Іноді в ТПС також знаходимо незрозумілі запозичення. Це, як правило, рідкісні англiзми, значення та семантичну групу яких важко визначити, особливо якщо це багатозначні слова. Наприклад: *Спочатку був принт зі злою собакою. Потім уже собаки з'явилися на одязі, і, врешті-решт, на подіумі, – розповідає дизайнер про історію появи колекції* („День”, № 48 за 15.03.08). Так, Оксфордський словник подає такі значення слова *принт* (*print*): 1) процес виробництва книжок, газет, журналів, особливо у великих кількостях, який включає відображення тексту, малюнків та креслень на папері; 2) нанесення кольорових малюнків, викрійок на поверхню тканини чи одягу; 3) роздрукована картина чи малюнок, копія якого була зроблена шляхом фотографування оригіналу; або фотографія, роздрукована на папері з негативу; 4) шматок тканини з декоративними кольоровими малюнками [8, 1348]. Очевидно, у цьому прикладі англiзм *принт* ужито в третьому значенні, тобто фотографія, що найбільше підходить для наведеного контексту. На нашу думку, це англійське запозичення є зайвим, оскільки, по-перше, воно позначає вже існуюче поняття й, по-друге, ускладнює розуміння тексту.

Значну частку в ПТ також становлять англізми спортивної тематики – 10,4 %. Більшість із них називають нові види спорту, нові професії, предмети, які неможливо замінити питомими лексемами. Їх можна поділити на такі підгрупи:

- 1) назви видів спорту, спортивних ігор (*дайвінг, сокер, віндсерфінг, стрітбол*);
- 2) назви осіб, пов'язаних зі спортом (*тренер, промоутер, голкіпер, форвард, рекордсмен*);
- 3) назви спортивних знарядь (*скейтборд, байк, скутер*);
- 4) назви спортивних організацій (*фітнес-клуб*);
- 5) назви спортивних термінів (*матч, рекорд, допінг-тест, шейпінг*).

Особливістю лексики цієї семантичної групи є те, що вона використовується широкими колами мовців, через те більшість спортивних англомовних неологізмів є досить зрозумілою для читача, наприклад, *сноубординг, екстрим, скутер, скейт* тощо. Крім того, не обтяжує розуміння навіть велика кількість англізмів у текстах спортивної тематики: *Тамтешньому клубові вони програли колись в овертаймі ключовий матч євро кубку* („День”, № 37 за 1.03.97). Так, слово *клуб* має два значення: 1) громадська організація, що об'єднує людей зі спільними інтересами для спільних дій, спілкування або відпочинку; 2) культурно-просвітницька установа, а також приміщення, де вона розміщується [6, 234]. У цьому прикладі клуб вжите в першому значенні й належить до семантичної підгрупи „назви організацій”, використовується воно для називання поняття з метою заміни питомого описового звороту. *Овертайм* та *матч* є термінами, які не мають аналогів в українській мові. *Овертайм* тлумачиться так: 1) *спорт.* додатковий час (у футболі, хокеї), який призначають після основного в разі необхідності обов'язкового виявлення переможця; 2) проведення завантажувально-розвантажувальних робіт у неробочий час [2, 397], а *матч* – це спортивне змагання між командами або окремими спортсменами [3, 291].

На відміну від англізмів сфери спорту, культури та політики, в ТПС було знайдено значно меншу кількість англомовних запозичень, пов'язаних зі сферою економіки – 3,6 % від усіх англізмів, досліджених у ПС. Крім того, подальші дослідження покажуть, що англізми семантичних груп „Політика та суспільство”, „Культура” та „Спорт”, окрім номінативної, часто виконують ще й певні стилістичні функції, а запозичення семантичної групи „Економіка та фінанси” в основному є економічними термінами, тому й здатні виконувати лише номінативну функцію.

До економічних термінів можна віднести такі англізми, як *лізинг* та *ф'ючерс*, адже *лізинг* – це 1) довготермінова оренда (від 6 місяців до кількох років) або кредитування машин, обладнання, транспорту, виробничих приміщень і т. ін., що передбачає можливість їх наступного викупу орендарем за залишковою вартістю; 2) видавання обладнання напрокат [2, 340], а *ф'ючерс* – це вид угоди на фондовій біржі, що проводиться на ще не ви-

готовлений товар [2, 586]. Наприклад: *Квоту ще не використано, але вже в квітні фірми-переможці тендеру, зокрема, Кустанайська лізингова компанія з Казахстану, мають поставити до міста близько 300 тисяч тонн зерна („День”, № 61 за 6.04.00); Зазвичай, займаючись арбітражними операціями, трейдер створює два інвестиційні портфелі: перший – із ф’ючерсних угод, за яких ставки робляться на зростання фондових індексів, другий – на основі ставок на зниження індексів („Дзеркало тижня”, № 5 за 9-15.02.08).* Однак у цих реченнях є ще такі англізми, як *тендер* та *трейдер*, які позначають уже існуючі поняття, однак вносять додаткові відтінки в значення. Так, *тендер* – це не просто пропонування товару, а пропозиція щодо постачання товарів, надання послуг, будівництва об’єктів і т. ін. у формі торгів, конкурсу [6, 408]. Так само ми не можемо замінити слово *трейдер* питомим словом торговець, тому що цей англіцизм деталізує основне значення: 1) представник брокерської фірми на біржі, який виконує замовлення на купівлю-продаж цінних паперів; 2) юридична чи фізична особа, яка володіє правом укладати на біржі угоди; 3) торговий агент [2, 546].

Усі англізми семантичної групи „Економіка та фінанси” можна поділити на такі підгрупи:

- 1) назви приміщень (*бізнес-хол*);
- 2) назви компаній (*холдинг*);
- 3) терміни, що стосуються економічної та банківсько-фінансової діяльності (*бартер, лізинг, ф’ючерс, тендер*);
- 4) назви меблів (*сейф*);
- 5) назви осіб, пов’язаних з економікою (*трейдер, ріелтер*).

Менш поширеними в ТПС є англізми семантичної групи „Побутова техніка, товари та сервіс” – 2,4 %. Однак кількість запозичень з англійської мови для позначення новітньої продукції та послуг продовжує зростати, що спричинено деякими факторами: розширенням міжнародних контактів, збільшенням англо-американського впливу у сфері послуг і товарів, урізноманітненням їхнього асортименту і т. ін. Слід зазначити, що більшість англізмів цієї групи позначає вже існуючі предмети й має питомі відповідники, проте ЗМІ надають перевагу англомовним запозиченням, що спричинено мовною модою: *Аби не дати згодувати залишки мого здорового глузду, я поспішив вимкнути телевізор і наклеїти на екран стикер із написом „Нехай замовкне навіки!”* („Дзеркало тижня”, № 5 за 9-15.02.08). Так, англіцизм *стик* (*stick*) перекладається „клеїти” [1, 300], а, відповідно, *стикер* (*sticker*) – це наклейка (суфікс *-er* в англійській мові від дієслів утворює іменники на позначення осіб або предметів).

Невелика кількість англізмів семантичної групи „Страви та напої” також зустрічається в ТПС – 1% від усіх досліджених в ПС англізмів. Вони, як правило, виконують лише номінативну функцію, оскільки все це нові номінації, які позначають невластиві раніше українській дійсності реалії. Серед них можна виділити підгрупи:

- 1) назви напоїв (*бренді*);
- 2) назви фруктів (*лайм*);
- 3) їжа швидкого приготування (*хотдог, бігмак, поп-корн*).

Назви страв запозичувалися в основному за рахунок поширення мережі швидкого харчування американського типу (*макдональдсів*). Звідси походить і відомий англiзм *фаст-фуд* (*фест-фуд*): *Не дивлячись на певні відмінності у веденні ресторанного бізнесу в Києві, обидва колишні емігранти одноголосно запевняють – на розвиток ринку так званої „фест-фуд” (швидкої їжі) в Україні знадобиться не менше 40-50 років* („День”, № 37 за 1.03.97). *Фаст-фуд* тлумачиться в двох значеннях: 1) продукти швидкого приготування, напівфабрикати; 2) американська система швидкого харчування, поширена в багатьох країнах, розрахована на швидке обслуговування великої кількості відвідувачів [2, 564]. Однак якщо в кінці ХХ-го ст. деякі англiзми коментувалися перекладом, то у ХХІ-му ст. ЗМІ тяжіють до лаконічності, не вважаючи за потрібне пояснювати нові англiзми.

Ще менш чисельними є семантичні групи англійських запозичень „Одяг і тканини” (0,8 %), та „Транспорт” (0,2 %). Усі вони виконують номінативну функцію, називаючи нові предмети, поняття, які не можна передати питомими лексемами. Наприклад, *бриджі, блайзер, байк, паркінг*.

Отже, найчастотнішими в публіцистичних текстах є англiзми семантичних груп „Політика та суспільство”, „Культура”, й „Спорт”.

Англійські запозичення, що належать до семантичних груп „Культура”, „Спорт”, „Економіка”, „Одяг і тканини”, у текстах публіцистичного стилю називають переважно нові предмети, поняття, явища, процеси, на позначення яких не існує питомих лексем (наприклад, *імпiчмент, блокбастер, овертайм, офшор*). Є також велика частина англiзмів, що називають вже існуючі поняття. Процент таких англійських запозичень у публіцистичних текстах більший, ніж у текстах інших стилів. Крім того, їх особливістю у текстах публіцистичного стилю є те, що вони використовуються або з метою внесення додаткових відтінків у значення (*блеф, дог-шоу, трейдер, тендер*), або для того, щоб замінити питомі описові звороти (*кастинг, клуб, сейф*).

### Література

1. Англо-український, українсько-англійський словник / [укладачі: Биховець Н. М., Борисенко І. І., Герасименко Г. О. та ін.]; за ред. Ю. О. Жлуктенка. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 696 с.
2. Баби́к С. П., Сю́та Г. М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / за ред. С. Я. Єрмоленко. – Харків : Фоліо, 2006. – 623 с.
3. Данилюк І. Г. Сучасний словник іншомовних слів для середньої і вищої школи / І. Г. Данилюк. – Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2008. – 576 с.
4. Попова Н. О. Структурно-семантичні особливості новітніх лексичних запозичень з англійської в українську мову (90-і рр. ХХ ст. – початок ХХІ ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Н. О. Попова. – Запоріжжя, 2005. – 16 с.

5. Рыжикова С. Ю. Лексико-семантическая характеристика английских заимствований современного украинского языка / С. Ю. Рыжикова // Язык: этнокультурный и прагматический аспект. – Днепропетровск, 1989. – С. 98–104.
6. Семотюк О. П. Сучасний словник іншомовних слів / О. П. Семотюк. – Харків : Видавництво «Ранок», 2007. – 464 с.
7. The new Oxford American dictionary. – 2nd ed. p. cm. by Erin McKean. 1. English language – United States – Dictionaries. 2. Americanisms – Dictionaries. PE 1628. N429 2005.