

УДК 811.373

**Сахнюк О. В., к.філол.н., доцент, Шумило Т. М., ст. 4 курсу ФЗГ**  
(Національний університет водного господарства та природокористування,  
м. Рівне)

## **ШЛЯХИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

**Стаття присвячена дослідженню причин використання в українській мові англіцизмів, найбільш вживаних неологізмів, за допомогою яких збільшується словниковий запас користувача мови.**

**Статья посвящена исследованию причин использования в украинском языке англицизмов, наиболее употребляемых неологизмов, с помощью которых увеличивается словарный запас пользователя языка.**

**The article deals with investigation of the reasons due to which English neologisms are used in the Ukrainian language expanding the users' vocabulary.**

**Жодна жива мова** не залишається сталою. Її словник постійно зростає і змінюється. Деякі слова випадають з лексичного складу мови у зв'язку зі змінами в соціальній системі, із зростанням і розвитком культури і технології. Вживання неологізмів – це цілком природне явище, якщо використання їх обгрунтоване. Є достатньо причин, які зумовили поширення англіцизмів на території країни.

**Проблемою неології** займалися такі вчені, як С.А. Беляєва, Л.П. Крисін, Н.М. Биховець, Л.В. Порохницька, Н.Д. Арутюнова, Р. Берчфильд, О.Л. Боярська, В.Г. Гак, О.Д. Мешков, С.М. Єнікєєва, Ю.О. Жлуктенко, В.І. Заботкіна, Ю.А. Зацний, К.В. Ковтун, Є.С. Кубрякова, Р.К. Махачашвілі, І.І. Мурко, Л.Ф. Омельченко, Т.О. Пахомова, Т.А. Пімахіна, О.М. Позднякова, В.Н. Телія, Є.Б. Черкаська, А.В. Янков та інші.

Поява неологізмів зумовлена екстралінгвістичними факторами, такими як постійний розвиток суспільства, техніки та технології, поява нових реалій, які потребують відображення у мові, а також і суто мовними потребами (дія закону економії мовних засобів).

**Методи дослідження.** Дане дослідження проводилось з використанням наступних загальнонаукових методів пізнання: діалектичний метод, системний підхід, порівняння, аналіз і синтез, теоретичне узагальнення.

**Метою цього дослідження** є комплексний аналіз характерних особливостей нових лексичних одиниць, конкретизація їхнього місця в словниковому складі української мови.

**Результати досліджень.** Неологізми – це лінгвістичний термін, який належить до будь-якого новоствореного слова, словосполучення, нового значення уже існуючого слова, або слова, запозиченого з іншої мови, новизна якого все ще відчувається. Лексикографи вважають неологізмами слова, які з'явилися у мові не пізніше певного часу. Деякі дослідники відносять цю межу до періоду після закінчення Другої Світової Війни, інші вважають неологізмами слова, винайдені після 1957 року, коли перший супутник був запущений у космос, інші до групи неологізмів відносять лексичні одиниці, що ввійшли у вжиток ще пізніше.

Нові лексичні одиниці можуть створюватись шляхом розширення словника та семантичного розширення.

Словникове розширення – це поява нових лексичних одиниць у результаті:

- продуктивних (регулярних) способів утворення словникових одиниць;
- непродуктивних (нерегулярних) методів словотворення;
- запозичення з інших мов.

Семантичне розширення – це поява нових лексичних значень вже існуючих слів.

Неологізми зазвичай утворюються з елементів, які вже існують у сучасній англійській мові. Умисне створення неологізмів – це продукт чисті-небудь творчості, винахідливості, наслідування. Слід розрізняти продуктивні і непродуктивні способи словотворення. Найбільш широко використовуються такі способи продуктивного словотворення, як:

- афіксація (суфіксація і префіксація);
- конверсія;
- основоскладання.

Неологізми, створені цими способами, складаються з елементів, уже наявних у мові. Їх новизна полягає в особливій комбінації цих елементів.

В англійській мові найбільш продуктивними вважаються такі афікси:

- -ness, -er, -ing, mini-, over- тощо для утворення іменників, наприклад: well-to-do-ness, brain-washer, cracking;
- un- для утворення дієслів, наприклад: unhook, undo, unbreak;
- Verb+able, un+Participle I/II, un+adverb для утворення прикметників, наприклад: attachable, unguarded, unsouled.

Конверсія – це особливий неафіксальний тип переходу слова в іншу частину мови. Найпоширеніші зразки конверсії такі:

- іменник – дієслово (a boss- to boss);
- дієслово – іменник (to catch –the catch);
- прикметник – іменник (intellectual – the intellectual);
- іменник – прикметник (a maiden – maiden).

Основоскладання – це складання нового слова із менших слів, яке часто

відбувається за аналогією до вже існуючих слів (space-sick, birthquake).

Нові слова можуть утворюватись непродуктивним шляхом:

- лексикалізація – це процес, коли через семантичні або синтаксичні причини граматична форма слова стає основою для нового лексичного значення (arms, customs);

- скорочення, яке полягає у заміщенні частиною цілого. Це явище найчастіше проявляється у писемному мовленні (St. – street), хоча розвиток мови призводить до проникнення графічних абревіатур у сферу усного спілкування (a.m., p.m., SOS). Трансформація груп слів у слова включає різні типи лексичних скорочень:

- еліпсис або субстантивація полягає в пропущенні кінцевої лексеми часто вживаних словосполучень (a documentary – documentary film);

- абревіація (акроніми) – це лексичне скорочення фрази шляхом вимови початкових букв як слова (або частини слова) (BBC – British Broadcasting Corporation);

- контамінація (змішування) – це результат свідомого створення слів шляхом злиття неправильних фрагментів декількох слів (brunch – breakfast and lunch);

- запозичення – це неологізми, взяті з інших мов. Вони можуть існувати в первісному вигляді, піддаватись прямому перекладу (калькуванню) або змінюватись, відповідно до правил мови.

Семантичне розширення – один із найважливіших способів збагачення словникового запасу будь-якої мови.

Впродовж XIX століття зростання впливу англійської мови в світі, в тому числі і на українську мову, зумовлювалося геополітичною роллю Англії як колоніальної імперії, мова метрополії поступово поширювалася на різних континентах і в різних країнах, функціонуючи як державна мова.

Ще однією з причин поширення англійської мови з початку XIX століття були успіхи Англії в економічному й науково-технічному прогресі, де вона посідала передові позиції завдяки появі парових двигунів у промисловому виробництві, пароплавів, паровозів тощо.

Зміни в економічному й політичному житті України в 90-х роках XX століття, включення її в міжнародні суспільні процеси призвели до необхідності значного збільшення кількості запозичених слів із відповідних сфер, появи нових англомовних елементів, що використовуються в міжнародних стосунках.

У часи великих політичних і економічних зрушень, до яких належать сучасні перетворення в Україні, відбуваються інтенсивні мовні процеси, які найбільш відчутні в лексичному складі мови. Для української мови в останнє десятиліття в запозиченій лексиці характерними є два процеси:

1. збільшення кількості англомовних за походженням слів;
2. розширення актуальності слів англійського походження, що функціонували в українській мові обмежено для характеристики певних сфер життя в

зарубіжних країнах.

Англійські лексичні запозичення, наявні в сучасній українській мові, за їх місцем у лексико-семантичній системі можна поділити на кілька груп.

До першої групи належать давно запозичені слова англійського походження, які органічно увійшли в українську мову і тяжіють до центру української лексичної системи поряд з українськими. Наприклад: бекон, біфштекс, бутерброд, комфорт, лайнер, парк, пудинг, фарватер, гандбол, гол, танк, трамвай, тролейбус, спорт, старт, фініш, футбол, хуліган, банан, бісквіт, вітамін, вино, гараж, кіоск, фактор, шорти, шоколад та інші. Такі слова часто у словники іншомовних слів уже не включаються.

До другої групи можна віднести слова, відомі в українській мові, але розташовані на периферії української лексичної системи, наприклад: окей, хело, вік-енд, спіч, ланч, вестерн, хепі-енд та інші. Такі слова з огляду на їх специфіку включаються в словники іншомовних слів і виконують не номінативну, а експресивну функцію.

Третя група – це слова вже давно запозичені, але в силу позамовних причин – раніше маловживані, а тому маловідомі. У наш час вони входять до активного складу лексичної системи, наприклад: брокер, шоу, істеблшмент, лобізм, менеджмент, імпічмент тощо.

До четвертої групи належать нові слова, що ввійшли або входять до вжитку, особливо через засоби масової інформації, за останні 10-15 років. Цілком природно, що їх немає в словниках іншомовних слів. Прикладом можуть бути слова: грумінг, кайф, піар, маркетинг, шопінг, чіпси, профіцит і багато інших.

Актуалізація англійських запозичень, що раніше належали до пасивних або спеціальних шарів лексики в українській мові, відбувається переважно в сфері економіки, бізнесу й фінансів, у сфері політики, культури, мистецтва. Такі слова, як брокер, дилер, офшор, що раніше позначалися в словниках як властиві економіці капіталістичних країн, нині широко вживаються в повсякденному спілкуванні.

Слова з нетиповими для української системи флексіями включаються в родову категорію за смисловою аналогією з власне українською лексикою. Назви напоїв мають форми тільки однини як в англійській, так і в українській мові: джин, портер, ель, грог, ром та інші. Прикладом розширення і звуження значення слова на матеріалі виявлених запозичень, що входять до складу побутової лексики, є звуження значення слова чіпси. У сучасній українській мові це слово вживається тільки тоді, коли йдеться про підсмажені шматочки картоплі (чіпси – хрустка картопля), хоча в англійській мові слово «chip» у відповідному значенні може означати як шматочок картоплі, так і іншого овоча або фрукта: «Chip – тонкий неправильної форми шматочок фрукта».

У спортивній сфері нові слова й терміни з'являються постійно. За останні декілька років з'явилися такі спортивні терміни, як армреслінг, боулінг та ін-

ші. Використання цих запозичень виправдане, бо вони, з одного боку, називають нові спортивні явища, яким немає однослівного найменування в українській мові, а з другого – включають українську спортивну термінологію в міжнародну систему. У сфері музики і культури останнім часом теж з'явилося чимало нових запозичень, що активно використовуються у пресі і на телеекрані.

Даниною моді можна вважати і такі нові запозичення, як бутик, бренд, девайс (вигадка), біг-мак, хот-дог, гамбургер (різновид бутерброда), шопінг (прогулянка по магазинах), шоп.

Великого поширення останнім часом набув і перейшов із розряду маловживаних у розряд засвоєних англіцизм PR (піар) – суспільна думка. Він набув не тільки українського морфологічного оформлення, але й іншого значення, а також став мотивуючим ряду деривантів: піар, піарщики, чорний піар, піарити. Всі ці слова використовуються у фаховій літературі, а також засобами масової інформації в передвибірній політичній боротьбі із значеннями: компромат, творці компромату, брудний (нечесний) компромат, займатися компроматом, хоча іноді окремі журналісти надають йому протилежного значення з метою створення позитивного іміджу якоїсь особи.

З часом, тобто на початку ХХІ століття, процес запозичення з англійської в Україні не слабшає, а посилюється, що, з одного боку, збагачує лексику, а з іншого – у ряді випадків негативно впливає на самобутність рідної мови. Проте в цілому цей процес має об'єктивний характер і повинен оцінюватися позитивно, за винятком тих моментів, коли це не виправдано.

Є часто вживані англіцизми, що відбивають мовний снобізм, а не необхідність, наприклад: окей, хело, вау, вік-енд, і особливо численні англійські найменування фірм, організацій, магазинів, речей. Немає ніякої необхідності застосовувати слово тінейджер замість підліток, бос – замість начальник, бо в таких випадках іншомовне слово конкурує з власне українським. Особливо тяжіння до моди виявляється у рекламі. На кожному кроці трапляється реклама, яка не містить для більшості людей ніякої інформації, і не тільки тому, що в ній використано латинський алфавіт, а й тому, що в назвах фірм, компаній, магазинів переважають будь-які іноземні, але тільки не українські слова. Лише окремі слова із подібних послуг із числа проаналізованих відомі українським мовцям, такі як, назви фотопослуг, кафе швидкого обслуговування, магазинів одягу, що був у вжитку, копіювальних послуг тощо, наприклад: ксерокс, фаст-фуд. Усі інші назви невідомі, особливо коли запозичені слова представлені на вивісках, написаних кирилицею: Аверс, Кемел, Вест, Спайк, Елтекс, Фарт та інші.

Причина використання в українській мові англіцизмів – прагнення до інтернаціоналізації лексики в політиці, науці, публіцистиці; необхідність у номінації нових предметів і явищ; економність вираження поняття одним словом, а не словосполученням; евфемізація мови; прагнення до експресивності; наслідування більш успішних в економіці, спорті й інших сферах країн.

Завдяки високій частоті вживання означені запозичення не потребують перекладу, бо стали загальновідомими. До термінів суспільно-політичної лексики слід віднести: блокбастер, іміджмейкер, спікеріада. Лексика у сфері економіки і бізнесу поповнилась такими термінами: дефолт, дедлайн, грант, тендер, топ-менеджер. Запозичення, завдяки яким розширилися межі спортивної термінології та галузей культури і мистецтва: провайдер, кастинг, кайт-серфінг, римейк, кліп, медіа. У сфері побуту також з'явилися нові терміни. До них слід віднести: секонд-хенд, бой-френд, тінейджер, басет-хаунд, джекпот, ноутбук.

Одним із поширених видів семантичних змін у системі запозичень з англійської мови є виникнення нових переносних значень, що ускладнюють семантичну структуру слова, наприклад, слово «клінч» зараз використовується у значенні політичного тиску, а не тільки як спортивний термін, що позначає захват супротивника.

**Висновки.** Запозичення окремих слів з англійської мови відбувається впродовж кількох століть, чому сприяв розвиток торгівлі та економічних зв'язків майже впродовж п'яти століть, починаючи з XVI ст., коли між Англією й Україною виникли перші політичні контакти. Посилюється приплив слів англійського походження в українську мову в XIX ст., особливо в XX ст., що зумовлено інтернаціоналізацією науки і техніки, посиленням економічних і культурних зв'язків між країнами. Провідна роль Англії в галузі економіки й політики піднесли престиж англійської мови, що теж спонукало до запозичення. Однією з причин збільшення в українській мові слів англійського походження в кінці XX ст. є експансія американської культури і її пропаганда через засоби масової інформації. При цьому відбувається масовий приплив англіцизмів, переймання яких не завжди виправдане.

Динаміка англіцизмів в українській мові виявляється у тому, що вони перебувають у русі, входячи в українську мову, деякі з них змінюють своє значення, набувають поширення в різних сферах ужитку, вступають у лексико-семантичні відношення з власне українськими словами. Особливо динамічною є лексика побутова, де велику роль відіграє фактор моди.

1. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – М., 1977.
2. Зацний Ю. А. Обогащение словарного состава английского языка в 80-годы / Ю. А. Зацний. – Киев, 1990.
3. Балла М. І. Новий англо-український словник (понад 160000 слів та словосполучень) / М. І. Балла. – Київ: Чумацький шлях, 2008.
4. Ніколенко А. Г. Лексикологія англійської мови: теорія і практика / А. Г. Ніколенко. – К., 2007. – 528 с.
5. Кратко М. Проблеми української наукової мови / М. Кратко // Вісник Львівського національного університету “Львівська політехніка”. – № 453. – Львів, 2002. – С. 183-243.

Рецензент: к.філол.н., доцент Вакуленко О. Л. (НУВГП)