

УДК 81'37:811.111'0:33:ЗМІ«20»

СЕМАНТИЧНА МОДИФІКАЦІЯ СЛІВ І СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ПОХОДЖЕННЯ В МОВІ ЗМІ ХХІ СТОЛІТТЯ

Рудакова Т.М.

Білоцерківський національний аграрний університет

У статті досліджено особливості семантичної модифікації слів і словосполучень соціально-економічної сфери англійськомовного походження в мові ЗМІ ХХІ ст. Розглянуто приклади «трансляції», «міграції», чи «дифузії», деяких поширених термінів до складу соціально-економічної лексики. Проаналізовано трансформацію запозичень у мові мас-медіа на українськомовний лад, активізацію процесів їхньої детермінологізації. Зафіксовано творення нових слів та розширення семантичних меж англізмів. Усі виявлені семантичні зрушення проілюстровано прикладами із сучасних лексикографічних джерел і мови засобів масової інформації. Новітні значення, які виникли в результаті адаптації запозичених лексем до лексико-граматичної системи української мови, сформульовано на основі газетних статей.

Ключові слова: адаптація, англізм, детермінологізація, ЗМІ, мас-медіа, «міграція термінів», семантика, соціально-економічна лексика, «трансляція термінів».

Постановка проблеми. Згідно з ухваленими Верховною Радою змінами до законів про мову аудіовізуальних (електронних) ЗМІ від 23 квітня 2017 р. 75% усіх телепередач, що транслюють всеукраїнські телеканали із шостої ранку до шостої вечора, має бути озвучено українською мовою, а регіональні медіа – 50% українськомовного продукту з шостої до десятої вечора. За умови наявності лише українськомовних реплік ведучих цю передачу вважають українськомовною. Проте репортажі з місця подій, виступи запрошених учасників інформаційних й інформаційно-аналітичних передач, пісні дозволено не дублювати національною мовою. Отже, навесні поточного року чітко окреслено українськомовний і звужено російськомовний інформаційні простори.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні фіксуємо збільшення інтересу до проблем мас-медійного мовознавства: І. М. Артамонова [1] довела наявність стратегічної необхідності в проведенні досліджень інтернет-засобів масової інформації як нового виду засобів масової комунікації (2009); О. Г. Германова [3] проаналізувала українські та польські нормативно-правові акти в галузі авторського права і суміжних прав, особливості їхнього дотримання в різних кінцевих продуктах інформаційної діяльності (2006); Ю. П. Маслова [5] розглянула проблему еволюції та динаміки розвитку гендерної терміносистеми, установила її комунікативний потенціал, дослідила вплив гендерного чинника на розвиток словникового складу сучасної української мови та визначила основні напрями його активної реалізації (2011); Д. О. Олтаржевський [7] здійснив аналіз висвітлення екологічної тематики в сучасних загальнонаціональних українських друкованих засобах масової комунікації (2004); О. С. Пронченко [8] комплексно дослідив стан, тенденції взаємодії ЗМІ та держави в контексті забезпечення права громадян на інформацію (2006); І. В. Решетарова [9] – засоби евфемії в масмедійному дискурсі початку ХХІ ст. (2010); Н. М. Рудніченко [10] здійснила лінгвістичний аналіз структури й функцій електронних засобів масової комунікації в інформаційному

суспільстві (2009); Л. І. Солodka [11] комплексно дослідила газетні заголовки періодичних видань кінця ХХ – початку ХХІ ст. у лексико-семантичному аспекті (2008); у роботі С. О. Сургай [13] було розкрито сутнісну характеристику естетичного виховання студентської молоді засобами масової інформації, роль і місце в процесі мас-медіа (2010); Н. П. Чутова [14] розглянула вплив мас-медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді (2010); Г. В. Шаповалова [15] – інноваційні процеси в сучасному медіатексті (2003) та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У мові українських ЗМІ виявлено велику кількість нових слів та словосполучень, більшість яких становлять англізми. Таке стрімке зростання свідчить про сліпе наслідування чужомовних звуків, слів і словосполучень та засмічення рідної мови, що також інколи призводить до непорозуміння між ЗМІ й пересічним носієм мови. У сучасному вітчизняному мовознавстві відсутні монографічні праці, у яких було б подано комплексний семантичний аналіз новітніх соціально-економічних англізмів у мові ЗМІ.

Мета статті – дослідити семантичні особливості функціонування новозапозичених англійськомовних лексем соціально-економічної сфери в мові сучасних мас-медіа.

Виклад основного матеріалу. Соціально-економічну лексику (СЕЛ) широко представлено в суспільно-політичних та економічних публікаціях, оглядах, передачах, круглих столах тощо. Велику частину таких лексичних одиниць становлять запозичення з англійської, для проникнення яких до складу української мови достатньо їхньої формальної адаптації до норм мови-реципієнта. Особливою рисою лексико-семантичної системи є її динамічність та безпосередній зв'язок з позамовною дійсністю. О. Муромцева вважає, що, чим динамічніші суспільні зміни, тим активнішою є реакція мови на творення нових слів та розширення семантичних меж відомих слів [6, с. 131].

Потрапляючи до певного контексту, семантичних видозмін зазнають не лише корінні лексичні одиниці, а й запозичені. Ш. Баллі наголо-

шував, що слово не може вживатися самостійно, тому воно обов'язково зіткнеться із синонімами та антонімами, а як наслідок – певною мірою змінить значення останніх [2, с. 28].

Часто на сторінках преси й у теле- та радіо-ефірі з'являються слова на зразок *пуш-ап*, *тон-менеджер*, *ІТ-менеджер*, *ноу-хау*, *stand up*, *hands-free*, *хет-трик*, *бренд*, *дистриб'ютор*, *спіч*, *директ-маркетинг*, *CRM-системи*, *Side-by-Side*. Пор. у контекстах: «Стосовно холодильників, то «*Side-by-Side*» досить великі, з двома дверцятами, й не особливо підходять до українських квартир» (УГ, 01.08, 2005, № 1); «Також буде організована виставка продукції і послуг провідних світових лідерів в області розробки *кол-центрів* і *CRM-систем*» (УГ, 01.08, 2005, № 1); «Раніше середній штраф (без застосування гарнітури *hands-free*) становив близько 60 доларів» (УрК, 27.01, 2007, № 16); «Взагалі, «*Comedy club*» є клубним проектом у форматі «*stand up*», коли виходить президент на сцену і спілкується з людьми, які сидять у залі» (Дон, 06.02, 2007, № 10); «Пояснити природу цього «*ноу-хау*» перевіряючи не можуть» (Дон, 16.02, 2007, № 13); «У своєму *спічі* він виллв чимало відвертої критики на адресу США: НАТО» (УМ, 16.02, 2007) тощо.

Багато сприймачів медіа-інформації погано розуміють перенасичений запозиченнями текст. Останнім часом мода на англізми та американізми поширилася не лише в побутовому спілкуванні молоді, а й ще більше – у сфері ЗМІ.

Дослідження мовознавців підтверджують, що спеціальна лексика (громадсько-політична, економічна, соціальна та наукова термінологія) інтенсивно проникає до складу текстів соціально-економічної тематики, особливо це стосується англізмів. Описаний процес зумовлено асоціативним характером мислення людини, а також соціальною необхідністю обміну інформацією. У мові мас-медіа найбільш активно відбувається детермінологізація лексичних одиниць, що так само є соціально мотивованим явищем міграції термінів за межі терміносистем. «Однак варто відзначити, що в текстах сучасної української публіцистики використовують переважно відомі терміни (чи такі, що стали широко знаними завдяки активізації функціонування їх у мові ЗМІ) з різних галузей знань, що, безперечно, зумовлено орієнтацією друкованих та електронних мас-медіа на чисельний загаль» [12, с. 232]. Тому лексична одиниця, маючи обмежену сферу вживання, набуваючи соціально-економічного значення, змінює свою семантичну структуру.

Запозичення з інших мов та інтернаціоналізми домінують серед термінологічної лексики. Процеси детермінологізації зумовлюють певні стильові видозміни. Наведемо приклад такого процесу: іменник *істеблїшмент* – «правлячі, привілейовані групи суспільства, а також вся система влади і управління, за допомогою якої вони досягають свого панування» (СІС – 2000 а, с. 240) – визначали як політичний термін (див. СІС – 1985, с. 366), проте нині він функціонує також як одиниця СЕЛ із значенням «сукупність державних, економічних, політичних інститутів, організацій, груп, що мають владу та вплив на громадське життя» (ССІС – 2006, с. 317). Пор.: «Становище молоді в Україні не цікавить укра-

їнський *істеблїшмент*» (УП, 02.01, 2007); «Нині при владі в Ірані релігійний *істеблїшмент*» (ПП, 15 – 21.09, 2006, № 37); «...*Істеблїшмент* у цій царині цілісно та плавно перейшов від попередньої советської («радянської») до нової постсоветської номенклатури (в якій совковости було ніяк не менше)» (К, 2005, № 1-2).

Цей англїзм уживано в реченнях у формі однини чоловічого роду, причому він не вирізняється активною дериваційною спроможністю, що свідчить про неповну адаптацію й засвоєність сучасною українською мовою лексеми *істеблїшмент*. Пор.: «Відтворити аж до побутових деталей колізії духовного доростання нашого *істеблїшменту* до розуміння: як зберегти свою ідентичність: традиції владарювання, звичаїв, вірувань...» (СП, 10 – 16.07, 2008, № 28); «На передноворічній прес-конференції я запитала Президента України: «Скільки ще часу потрібно, щоб частина українських політиків позбулася комплексу меншовартості щодо Росії, і скільки ще часу потрібно, щоб російський *істеблїшмент* перестав перекручувати українську історію?» (СП, 10 – 16.01, 2008, № 2).

На основі термінологічного значення іменника з галузі мистецтва *блокбастер* утворено соціально-економічне поняття. Цей номен позначає вже не лише «кінофільм з масштабним зніманням, масовими сценами, який дорого коштує і в якому беруть участь відомі актори», а набуває іншого значення: «спекулянт міською нерухомістю (будинками, земельними ділянками тощо)» (ССІС – 2006, с. 112). Наприклад, «Конституційні епізоди світового *блокбастера*» (ПП, 31 – 6.05, 2006, № 22); «Новинами про злиття та об'єднання на ринку інформаційних технологій вже нікого не здивувати, проте, Інтернет-ЗМІ охрестили переговори між Alcatel і Lucent про злиття «*блокбастером* телекомунікаційного ринку» (з реклами); «Тому, вигравши в лотерею «*Блокбастер*» мільйон доларів, продовжувала собі спокійнісінько грати, розраховуючи на ще один джек-пот» (УМ, 17.06, 2005, № 111).

Процесу переосмислення підлягає спортивна лексика: наприклад, лексему *пресинг* традиційно вживали зі значенням «одна з найактивніших форм захисту (у деяких спортивних іграх, напр., у хокеї, баскетболі), що полягає в обмеженні дій суперника в рамках правил» (СІС – 1985, с. 679). Натомість у мові новітніх ЗМІ це слово функціонує з іншим значенням – «тиск, натиск» (СІС – 2000, с. 759; СІС – 2000 а, с. 459); у спортивній грі активна опіка кожного чи всіх гравців команди супротивника по всьому полю (СІС – 2000 а, с. 459). Детермінологізовану лексему за семантичними критеріями відносимо до СЕЛ. Пор.: «*Пресинг* США, і в «українському питанні» також, лише зайве дратує європейських грандів» (УМ, 29.03, 2008, № 060); «Бо ж у передпротоці за звичайної, штатної ситуації, коли море спокійне, йде постійний *пресинг* на екосистему Чорного моря» (УМ, 23.11, 2007, № 217); «Саме *пресинг* на усному іспиті з англійської в одному з найпрестижніших вузів країни не дозволив хлопцю пройти «на бюджет», і він був лише рекомендований до вступу за контрактом» (ДТ, 23 – 29.08, 2008, № 31); «Невдовзі після цього підписання Україна, як і ряд країн Євросоюзу, відчула на собі га-

зовий пресинг Росії» (ДТ, 21 – 27.10, 2006, № 40); «Та я їх [гроші] давати не збираюся, оскільки переконаний, що пресинг зумовлений якраз жадою «збити» з банку гроші» (ГУ, 26.07, 2008).

Семантичні зрушення характерні й для комп'ютерної термінології, що поступово втрачає риси суто радіотехнічної категорії й розширює значеннєві межі ЗС. У мові сучасних мас-медіа англійське *хакер* усе частіше вживано як СЕЛ у значенні 'людина, яка неперевірено (проте нелегально) вирішує поставлені перед нею завдання'. Пор.: «Я протестую проти його менталітету, хворого метакоду, від якого він ніяк не може звільнитися. Моєму народу потрібен *хакер*, який повинен розкодувати його, зробити новою людиною [про методи лікування]» (ДТ, 14 – 20.10, 2006, № 39). Хоча спочатку українська мова запозичила цю лексему суто з негативним семантичним забарвленням «комп'ютерний хуліган, який проникає в чужі інформаційні системи» (СІС – 2000 а, с. 632). Напр.: «*Хакери* так часто реєстрували фіктивних людей, що не на жарт заважали діяльності генконсульства» (ГУ, 13.08, 2008); «Працівникам столичного управління боротьби з економічними злочинами, разом із СБУ, вдалося вийти на слід, а згодом викрити й затримати *хакера*, який «зламаував» банкомати одного з відомих київських банків» (УМ, 23.12, 2003, № 239).

Пізніше лексичну одиницю *хакер* стали широко вживати в мові ЗМІ в значенні 'програміст, здатний складати програми без попереднього розроблення й оперативно вносити виправлення в програми, що не мають документації'. Пор.: «Свою лепту вносять й ідеологічно підкуті *хакери*. На відміну від своїх кримінально чи вандалістськи налаштованих колег, ці комп'ютерні аси (наприклад, рух «Хактивіст») свою діяльність ведуть у вигляді диверсій проти ТНК» (ДТ, 3 – 9.04, 2004, № 13).

Описаний вище процес відбито й на економічній термінології. Подібні семантичні зрушення характерні для більшої частини економічної термінології. Вони відбуваються в мові мас-медіа й тепер. Для ілюстрації наведемо терміноназву *бартер* – «прямий безгрошовий обмін товарами чи послугами; безвалютна, але оцінена та забезпечена щодо вартості товарообмінна операція; оплата боргів постачанням товарів і послугами» (СІС – 2000 а, с. 75), напр.: «Щоб підприємство могло вижити, ми зайнялися *бартерними* операціями, позаяк розрахунки грошима майже не проводилися. За *бартером* ми отримували вугілля, яке можна було обміняти на цукор» (ГК, 24.12, 2007, № 52). Лексема *бартер* набула інноваційного значення – «обмін», пор.: «Чи можливий кадровий *бартер* на політичному рівні – партій, блоків?» (ДТ, 17 – 23.05, 2008, № 18); «Удалося, мабуть, «прагматизувати» традиційний політико-економічний «*бартер*» у виконанні лідерів: ми вам – політичну підтримку, ви нам – економічні преференції» (ДТ, 23 – 29.11, 2002, № 45); «Наступного разу п'яний від самогону німецький офіцер розпорядився, щоб двох родичок дружини не забирали на роботу до Німеччини, хоча вони й перебували у списках остарбайтерів. Загалом такий «*бартер*» спрацьовував кілька разів» (ГУ, 09.08, 2008); «БЮТ пропонує *бартер*» і обіцяли випустити Тимошенко»

(УП, 16.11, 2011); «НАБУ пропонує НАЗК «*бартер*» (УП, 10.12, 2016); «*Бартер* по-піратському» (ГУ, 08.02, 2017).

На початку ХХІ ст. зафіксовано нове значення номена *кастинг*, який до цього моменту широко вживали в різних сферах спілкування й майже не сприймали як англійське, а саме: «1) вид спорту, до якого входять змагання з техніки володіння риболовними снастями; 2) визначення складу виконавців, добір, часто конкурсний, акторів (для кіно, телебачення, театру)» (СІС – 2006, с. 340). Пор.: «Депутат Микола Катеринчук розпочав *кастинг* «нових лідерів, нових підходів, нових ідей» (Е, 04.12, 2006); «*Кастинг* для пільговиків Управління економіки міської ради констатує збільшення кількості звернень громадян» (ЛГ, 21.12, 2006, № 64); «Тож агенції порадили пошукати їх на Бессарабському ринку, і на *кастинг* прийшли усі характерні чоловіки, які продають сухофрукти на ринку» (ГК, 2003, № 13); «Експерти називають зустріч міністрів «московський *кастинг*», і, схоже, що закордонні миротворці ні про що не домовилися» (ГУ, 15.02, 2014).

Напрочуд легко цей іменник набуває рис соціально-економічної лексеми, функціонує для називання нового відгалуження бізнесу: «прилюдний огляд дівчат, здебільшого під час конкурсів краси, моделей, манекенниць для подальшої демонстрації зразків модного одягу» (СІС – 2006, с. 341). Пор.: «Чекаєш на дзвінок від менеджера агенції із запрошенням на *кастинг*. Чекаєш у черзі на *кастингу*. Чекаєш на результати *кастингу*. Чекаєш, поки закінчиться фантазія у дизайнера та адміністратора показу щодо варіантів твого виходу на показі» (УП, 14.08, 2008).

У 2006 році в «Сучасному словнику іншомовних слів» лексему *промоушн* зафіксовано зі значеннями: «1) підтримка, патронаж; 2) сприяння просуванню товару до споживача, поширенню чого-небудь, досягненню кимось творчих успіхів і т. ін.» (СІС – 2006, с. 565). Напр.: «Що ж роблять тютюнові і алкогольні компанії? Вони переводять гроші в *промоушн*, непряму рекламу або так звані ВТЛ-акції... Вважається, що *промоушн* є ефективнішим за пряму рекламу, однак вимагає більших зусиль при організації» (УП, 24.10, 2006).

В українській мові зараз це ІС уживано зі значенням 'реклама музичного твору чи виконавця, що відбувається за допомогою радіо, телебачення, преси, турне'. Ілюстрацією слугують приклади з мови мас-медіа: «Цей відеокліп, котрий незабаром, як сподіваються його творці, крутитимуть по всіх телеканалах, став першим кроком у *промоушні* четвертого музичного альбому співачки» (КВ, 26.11, 1997); «Майстерність музикантів, надто академічних, зі Східної Європи вельми цінується на Заході. Однак, за великим рахунком, їхньою «розкруткою» там ніхто не займається. Тамтешній імпресаріо перед тим, як вирішити робити тобі *промоушн*, мусить бути впевненим, що ти несподівано не зірвешся з місця» (Д, 01.10, 1998).

У новітніх ЗМІ аналізована одиниця все частіше з'являється з інноваційними значеннями: 'підвищення на посаді, у чині; спосіб впливу на виборців, методи, що сприяють просуванню політичної фігури і т. ін.'. Пор.: «Бо сам – люди-

на з «високо» культурного інституту і гордість, і *промоушен* ректора Поплавського» (Д, 20.11, 1998); «*Промоушн* – не його амплуа. Він іде власним шляхом і про все має власну думку, вільну від будь-яких авторитетів, у тому числі й свіжоспечених» (УС, 24.06, 1999); «Крім того, лорд МакКласкі уважно відстежує події в Україні, оскільки цікавиться пострадянським простором. Він багато років очолював «Фонд імені Джона Сміта», колишнього лідера Лейбористської партії Британії, який фокусує свою увагу на *промоушені* ідей демократії для колишнього СРСР» (УП, 24.07, 2012); «Він також заявив, що Расмуссен просто старається створити більший «*промоушен*» саміту НАТО у Вельсі, щоб альянс його потім працевлаштував» (УП, 23.08, 2014). Отже, це запозичення спочатку було характерне для мови комерції та шоу-бізнесу, а тепер фіксуємо його й у соціально-економічній лексиці.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. на сторінках преси, у мові радіо й телебачення все частіше використовують англізми соціально-економічної тематики, уживані середньостатистичним українцем. Такі слова втратили певну кількість значень, що були притаманні їм у мові-джерелі, і набули зовсім інших, подекуди навіть протилежних первинним. Отже, виділяємо групу номінативних одиниць зі спрощеним компонентним складом лексичних значень, наприклад: *фарма-маркет* ('велика аптека'), *піар* ('зв'язки з громадськістю, реклама'), *секонд-хенд* ('магазин, у якому продають поношені речі'), *догі-бег* ('пакет з недоїденою їжею, який відвідувачі ресторанів забирають із собою'), *джоб-шаринг* ('розділення робочого місця на дві півставки'), *гоу-слоу* ('страйк з уповільненням темпів роботи') тощо.

До 2008 р. усім відомою була лесема *пікап* – 'тип кузова автомобіля', проте нещодавно повністю змінено її семантичне значення – 'містечко спокуси'. Дуже швидко було утворено велику кількість похідних лексем: *пікапер*, *пікаперка*, *пікапити*, *пікапитися*, *запікапити*, *пікаперський*, *пікап-гуру*, *пікап-тренінг*, *пікап-тусовка* тощо. Пор.: «Дмитро, який учить молодих людей спокушати дівчат (так званому *пікапу*), зізнається: дівчина, яка погоджується на секс на першому побаченні вже не ризикує репутацією» (УП, 25.02, 2008); «Звісно, для сексу на одну ніч, але його методика доволі ефективна – у стилі модного тепер *пікапу*» (УП, 09.10, 2008); *Пікап-гуру* – досвідчений експерт, якому довіряють початківці пікапери. *Пікап-тренінг* – спеціальний / психологічний тренінг (курс), навчальний навичкам *пікапа*. *Пікап-тусовка* – спільна зустріч *пікаперів*» (<http://psychologis.com.ua/pikar.htm>). Отже, фіксуємо нову омоформу.

Із 2009 р. широко використовують лексему *лоукост* (від англ. *low-cost*), чи *лоукостер*, *дискаунтер*, раніше не фіксовану словниками іншомовних слів. Вона набула значення 'бюджетна авіакомпанія'; 'авіакомпанія, що надає надто низьку плату за проїзд в обмін на відмову від традиційних пасажирських послуг'. Напр.: «Один із найбільших європейських *лоукостерів* – компанія Ryanair – скасував вихід на український ринок» (ГУ, 12.07, 2017); «Цього року має бути зареєстрована українська *лоукост*-авіакомпанія, що виконує внутрішні рейси, а швидкіс-

ні залізничні колії з'являться в Україні через 5-10 років» (УП, 30.05, 2017); «Економіка *лоукостів* і аеропортів: п'ять графіків, які пояснюють все» (УП, 20.07, 2017); «Державне підприємство «Антонов» зацікавлене у використанні свого аеродрому в Гостомелі для обслуговування *лоукост* авіакомпаній» (УП, 19.07, 2017); «Ще один *лоукостер* готується вийти на український ринок» (УП, 08.06, 2017); «Авіакомпанії *лоу-кост*, з якими Україна веде перемовини, хочуть зниження аеропортових зборів та можливих доплат за кожного привезеного пасажира» (УП, 30.06, 2015); «Це не заперечує і віце-прем'єр Борис Колесников, який у грудні заявляв, що хоче запровадити продаж квитків на Хюндай за принципом *лоукосту* (починаючи від 120 гривень – чим раніше купив, тим дешевше)» (УП, 28.05, 2012).

Поширеною є й так звана «трансляція термінів», коли відбувається внутрішнє запозичення номенів з інших лексико-семантичних груп, наприклад: «Прикрась свій дисплей незвичними *скринсейверами* та стильними заставками»; «На преміумних сторінках сайту, окрім звичайного контенту, ти відкриєш для себе величезну колекцію популярних *рингтонів*» (із Інтернет-сайту фірми Samsung). Відзначаємо «трансляцію» значень *ЛО скринсейвери*, *рингтон*. Значення першого було закріплено за тематичною групою «Мистецтво», а другого – «Радіотехнічні засоби зв'язку».

На нашу думку, останнім часом надбанням широкого загалу стала лексико-тематична група радіотехніки, зокрема номінації на позначення реалій і понять Інтернету та мобільного зв'язку. Вони стали джерелом формування низки актуальних метафоричних моделей. Відбулася так звана «міграція», чи «дифузія», деяких поширених термінів до складу СЕЛ. Це такі лексичні одиниці, як *байт*, *біт*, *веб-сайт*, *драйвер*, *Інтернет*, *кілобайт*, *монітор*, *піксель*, *детектофон*, *дисплей*, *зумер*, *інтернет-клуб*, *інтернет-провайдер*, *інтернет-чат*, *інтерфейс*, *слайдер*, *модем*, *мультимедіа* / *мульти-медіа*, *ноутбук*, *органайзер*, *пейджер*, *факс-модем*, *флеш-пам'ять*, *флопі-диск* тощо. Уживання таких лексем у мові ЗМІ сприяє розширенню кола синтагматичних відношень, унаслідок чого термін набуває специфічного лексичного значення, тобто стає конотативно забарвленим. Водночас, як зауважив В. Говердовський, конотація, набираючи частоти, виходить за межі індивідуального, оформлюючись в окреме значення [4, с. 174]. Наприклад, слово *слайдер* останнім часом набуло нового забарвлення, тому його широко використовують у значенні 'різновиду телефону, що відкривають методом зсуву верхньої кришки', а раніше – 'апарат для перегляду слайдів'.

Розглянемо детальніше частотність використання двох (на наш вибір) лексем у мові сучасних друкованих ЗМІ: *промоушн* і *лоукост*. Спостерігаємо таку тенденцію: ці лексеми є частовживаними лише в певні періоди часу, а в інші роки взагалі виходять з ужитку.

У результаті дослідження з'ясовано, що лесема *промоушн* була популярною до 2006 року. У газеті «Українська правда» міститься 4 статті, у яких з 2004 до 2006 років уживано лесеми *промоушн* (24.10.2006, 22.03.2006, 27.04.2004,

19.01.2004). Друге життя цьому запозиченню дала «Львівська газета», у якій з 2013 р. відновлено вживання слова *промоушн*, знаходимо 5 статей (21.01, 2017; 20.10, 2016; 16.08, 2016; 08.05, 2015; 21.07, 2013). У «Голосі України» і «Літературній Україні» її взагалі не використовують. Лексему *лоукост* у «Львівській газеті» фіксуємо в 43 статтях (15.01, 2013 – 16.05 2017); в «Українській правді» – у 35 (25.12.2009 – 20.07.2017), у «Голосі України» наявна лише одна стаття з лексемою *лоукостер* (12.07.2017), а в «Літературній Україні» відсутні покликання на неї.

Висновки і пропозиції. Культура мовлення є основою культури засобів масової інформації. Тому видання ЗМІ інколи доречно використовують у реченнях англійськомовні запозичення без

змін чи трансформують їх на українськомовний лад, додаючи українські афікси. Зростання частоти вживання нових маловідомих одиниць соціально-економічної лексики в пресі, на радіо й телебаченні свідчить про підвищення рівня освіченості пересічного мовця, його інтелектуалізацію, а також про активізацію процесів детермінологізації. Усе більше людей розуміють нові англійськомовні запозичення, ужиті в мові мас-медіа, не вимагаючи пояснення їхніх значень (за умови, якщо цей текст не переобтяжений запозиченнями).

Отже, подальше дослідження заплановано провести в напрямку аналізу частотності використання різними українськомовними ЗМІ тих чи тих англійських упродовж останніх 17 років, виявленню причин «популяризації», а також їхньої архаїзації.

Список літератури:

1. Артамонова І. М. Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики: автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій / І. М. Артамонова; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2009. – 31 с.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М.: Иностр. лит., 1955. – 416 с.
3. Германова О. Г. Авторське право і суміжні права в засобах масової інформації України та Польщі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / О. Г. Германова; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2006. – 17 с.
4. Говердовский В. И. Коннотемная структура слова / В. И. Говердовский. – Харьков: Вища шк., 1989. – 95 с.
5. Маслова Ю. П. Гендерний дискурс сучасних друкованих україномовних ЗМІ: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Ю. П. Маслова; Волин. нац. ун-т ім. Л. Українки. – Луцьк, 2011. – 20 с.
6. Муромцева О. Г. Запозичення в сфері суспільно-політичної української термінології / О. Г. Муромцева // Науково-технічний прогрес і проблеми термінології: тези доп. респ. конф. (Львів, трав. 1980 р.). – К.: Наук. думка, 1980. – С. 131-132.
7. Олтаржевський Д. О. Висвітлення екологічної тематики на сторінках сучасної української преси (засади, проблематика, досвід, жанрові форми та мовностилістичні прийоми): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Д. О. Олтаржевський; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка; Ін-т журналістики. – К., 2004. – 16 с.
8. Пронченко О. С. Взаємодія ЗМІ і влади в контексті реалізації права громадян на інформацію: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / О. С. Пронченко; НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К., 2008. – 16 с.
9. Решетарова І. В. Засоби евфемії в масмедійному дискурсі початку ХХІ століття: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / І. В. Решетарова; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2010. – 20 с.
10. Рудніченко Н. М. Дискурс електронних засобів масової комунікації в інформаційному суспільстві: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Н. М. Рудніченко; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2009. – 20 с.
11. Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 / Л. І. Солодка; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2008. – 18 с.
12. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття: (на матеріалі мови засобів масової інформації) / О. А. Стишов – 2-ге вид., перероб. – К.: Пугач, 2005. – 388 с.
13. Сургай С. О. Естетичне виховання студентської молоді засобами масової інформації: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07 / С. О. Сургай; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2010. – 20 с.
14. Чутова Н. П. Впливовість мас-медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді (на прикладі Дніпропетровського регіону): автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Н. П. Чутова; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2010. – 16 с.
15. Шаповалова Г. В. Інноваційні процеси в сучасному медіатексті функціонально-лінгвістичні аспекти): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Г. В. Шаповалова; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 20 с.

Текстові джерела та їхні скорочення:

Газети

ГК – «Галицькі контракти»; ГУ – «Голос України»; Д – «День»; Дон – «Донецчина»; ДТ – «Дзеркало тижня»; Е – «Експрес»; К – «Критика»; ЛГ – «Львівська газета»; ЛУ – «Літературна Україна»; ПП – «Персонал плюс»; СП – «Слово просвіти»; УГ – «Українська газета»; УрК – «Урядовий кур'єр»; УМ – «Україна молода»; УП – «Українська правда».

Лексикографічні джерела:

СІС – 1985 – Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука; 2-е вид., випр. і доп. – К.: Гол. ред. Укр. рад. енцикл., 1985. – 966 с.

СІС – 2000 – Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт та ін. – К.: Довіра, 2000. – 1018 с.

СІС – 2000 а – Словник іншомовних слів / за ред. С. М. Морозова, Л. М. Шкарапути. – К.: Наук. думка, 2000. – 664 с.

ССІС – 2006 – Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів та словосполучень / уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. – К.: Довіра, 2006. – 789 с.

Рудакова Т.Н.

Белоцерковский национальный аграрный университет

СЕМАНТИЧЕСКАЯ МОДИФИКАЦИЯ СЛОВ И СЛОВСОЧЕТАНИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В ЯЗЫКЕ СМИ XXI ВЕКА

Аннотация

В статье исследованы особенности семантической модификации слов и словосочетаний социально-экономической сферы англоязычного происхождения в языке СМИ XXI века. Были рассмотрены примеры «трансляции», «миграции», или «диффузии», некоторых распространенных терминов в состав социально-экономической лексики. Проанализирована трансформация заимствований в языке масс-медиа на украинскоязычный лад, активизация процессов их детерминологизации. Были зафиксированы образования новых слов и расширение семантических границ англицизмов. Все семантические сдвиги проиллюстрированы примерами из лексикографических источников и средств массовой информации. Новые значения, возникшие в результате адаптации заимствованных слов к лексико-грамматической системе украинского языка, сформулированы на основе газетных статей.

Ключевые слова: адаптация, англицизм, детерминологизация, СМИ, масс-медиа, «миграция терминов», семантика, социально-экономическая лексика, «трансляция терминов».

Rudakova T.M.

Bila Tserkva National Agrarian University

SEMANTIC MODIFICATION OF WORDS AND WORD COMBINATIONS OF THE SOCIAL AND ECONOMIC SPHERE OF ENGLISH-SPEAKING ORIGIN IN LANGUAGE OF MASS MEDIA OF THE XXI CENTURY

Summary

The features of semantic modification of words and phrases of the social and economic sphere of English-speaking origin in language of media of the 21st century were investigated in article. The examples of some widespread terms «broadcasting», «migration», or «diffusion», into structure of social and economic lexicon were reviewed. The transformations of loans in the language of media and the activation of determinologization processes have been analysed. Formation of new words and expansion of semantic borders of loans have been recorded. All semantic shifts were instantiated from lexicographic sources and mass media. The new meanings of the words were formulated on the basis of newspaper articles.

Keywords: adaptation, Anglicism, determinologization, media, mass media, «migration of terms», semantics, social and economic vocabulary, «broadcast of terms».