

Прийма Л.Ю.

Полтавський національний педагогічний університет
імені В.Г. Короленка

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Анотація. У статті з'ясовано проблему запозичення англійської лексики на матеріалі сучасного українського медіадискурсу. Розкрито поняття англіцизму, представлено його типологію, проаналізовано причини входження запозичень з англійської мови до сучасного медіадискурсу. Розглянуто основні тематичні групи англіцизмів, які побутують в українських ЗМІ, зокрема ті, що номінують предмети повсякденного вжитку, комп'ютерні технології, людей за різними ономазіологічними властивостями, емоції, реалії культурної та спортивної сфери. Схарактеризовано особливості функціонування англіцизмів на лексико-семантичному, словотвірному й прагматичному рівнях. Доведено, що регулярною для запозичень у медіадискурсі є неусталеність граматичних форм та семантичного обсягу понять, спричинена неповнотою засвоєності англіцизму мовою-реципієнтом.

Ключові слова: англіцизми, медіадискурс, українські ЗМІ, транскрипція, транслітерація, калькування, граматична адаптація.

Pryima Lada

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

PECULIARITIES OF USING ENGLISH BORROWINGS IN MODERN UKRAINIAN MEDIA DISCOURSE

Summary. The article deals with linguistic features of English borrowings in Ukrainian media discourse and the way English units enter the Ukrainian language through the contemporary media. The subject of research is semantical, derivational, and pragmatic peculiarities of using English borrowings in modern Ukrainian media. The usage of English borrowings is very common for Ukrainian mass media. It is objectified by the authors' intent to sound modern when describing the phenomena of the contemporary world. Sometimes using a word of English origin serves the purpose of being succinct and on point due to the lack of a single Ukrainian word naming a particular phenomenon. English borrowings have a set of specific semantical, grammatical, and pragmatic features. Semantically, most of them interact with the units of the recipient language (they tend to have synonyms, wide notional scope, etc.). The scope of lexical fields covered by English borrowings in Ukrainian mass media is quite wide. Topically, it encompasses physical objects, computer technology, emotions, people-related nominations, emotive words, cultural phenomena, and sports as well as other semantic domains. English borrowings can have different levels of adaptation: while some of them have been fully adapted by Ukrainian as the recipient language, others still remain more or less unchanged. This creates a set of problems that deal with how English borrowings function grammatically in the text and whether or not they take on Ukrainian derivational elements. Grammatically and derivationally, the usage of many English borrowings is inconsistent and sometimes has multiple variations which create significant inconveniences for some speakers. Pragmatically, English borrowings are used by authors of media texts in order to draw recipients' attention due to their high stylistic expressiveness. This is connected with the fact that some English lexemes are emotionally charged and can easily stand out when used among regular Ukrainian lexical units. Further studies of English borrowings in the Ukrainian language will involve the in-depth analysis of the way these units function on phonetic, derivational, morphological, lexical, and syntactic levels within media discourse as well as other fields.

Keywords: English borrowings, media discourse, Ukrainian media, transcription, transliteration, calquing, grammatical adaptation.

Постановка проблеми. Однією з основних тенденцій розвитку сучасної української мови є інтенсивне запозичення лексичних одиниць і словотвірних елементів з англійської мови. Основна причина проникнення англіцизмів до української мови – існування відповідних дипломатичних, торгівельних та соціальних відносин, а також вплив англосмовної культури. Позаяк відображення актуальних політичних, економічних, соціальних і культурних подій є першочерговим завданням сучасних українських засобів масової інформації (далі – ЗМІ), важливий сегмент їхнього лексичного наповнення становлять іншомовні запозичення з англійської мови. Наявність великої кількості англосмовних запозичень у сучасному українському медіадискурсі також пов'язана з престижністю

англійської мови в українському суспільстві та його орієнтацією на виклики сьогодення.

Об'єкт наукової розвідки – англіцизми, які входять до масмедійного дискурсу сучасної української мови. Її предмет – лексико-семантичні, граматичні й прагматичні особливості функціонування та адаптації англіцизмів у досліджуваному дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему функціонування англіцизмів в українському медіадискурсі аналізували багато вчених, зокрема С.Г. Апетян, Е.В. Боева, О.В. Гурко, Ю.О. Молоткіна та ін. (див.: [1; 4; 5; 8]). Виняткову увагу приділено лексико-семантичній, словотвірній, граматичній і прагматичній природі запозичень.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Актуальність пропону-

ваного дослідження пов'язана з тим, що деякі специфічні особливості запозичень з англійської мови на матеріалі сучасного українського медіадискурсу вивчені недостатньо через неусталеність функціонування та різний ступінь освоєння мовою цих одиниць. Виникає очевидна потреба різнобічного інтерпретування англіцизмів на матеріалі текстів сучасних українських ЗМІ.

Мета статті – виявити лексико-семантичні, граматичні й прагматичні особливості функціонування англіцизмів у сучасному українському медіадискурсі.

Виклад основного матеріалу. До англіцизмів належать мовні одиниці, запозичені з англійської мови, яким притаманні такі лінгвохарактеристики: 1) звукосполучення дж: *бюджет* (англ. budget), *джемпер* (англ. jumper), *бладжер* (англ. bludger); 2) звукосполучення ай, ей: *інсайд* (англ. inside), *хайтек* (англ. hightech), *емейл* (англ. e-mail); 3) суфікс -инг (-іng): *кіднепінг* (англ. kidnapping), *даунишфтинг* (англ. downshifting), *демпінг* (англ. dumping), *тубінг* (англ. tubing), *скрінг* (англ. screening) [6, с. 2].

З-поміж описуваних одиниць традиційно виокремлюють дві групи: 1) власне англіцизми (безпосередні англіцизми) – одиниці, запозичені шляхом транскрипції чи транслітерації, які, поперше, повністю відповідають граматичним нормам української мови, по-друге, набули кінцевих фонем, характерних для певних граматичних категорій, наприклад: *бренд* (англ. brand), *спічрайтер* (англ. speechwriter), *неймінг* (англ. naming), *плеймейкер* (англ. playmaker); 2) опосередковані англіцизми – запозичені одиниці, які на ґрунті мови-реципієнта набули нових словотвірних і формотвірних властивостей, наприклад: *заскринити* (від англ. to screen), *репостнути* (від англ. to repost), *загуглити* (від англ. to google) [2, с. 7].

Що ж до основних причин мовних запозичень з англійської мови в масмедійному дискурсі, то вони такі: міграційна термінологія, данина моді, експресивність новизни, емоційність висловлення, субмовна ідентифікація [1, с. 5]. Варто зазначити, що тексти ЗМІ частково формують корпус активного словника соціуму, популяризуючи нові іншомовні запозичення й сприяючи їхній адаптації в мові.

Тексти, створені в межах медіадискурсу та поширювані за допомогою преси, телебачення, радіо й Інтернету, займають одне з основних місць у соціальній комунікації й відображають актуальні настрої суспільства. Висвітлення найважливіших соціальних, економічних, культурних, політичних та спортивних подій – основне завдання сучасних ЗМІ. Поширення в ЗМІ новин культурної, політичної, економічної і спортивної спрямованості сприяє активному проникненню англіцизмів відповідної тематики.

До основних тематичних груп англіцизмів у сучасному українському медіадискурсі уналежено такі:

1. «Предмети повсякденного вжитку» (*фітнес-трекер*, *боді*, *фаст-фуд*, *спонж*, *скраб*, *блендер*).

2. «Комп'ютерні технології»:

а) технічні пристрої (*гаджет*, *девайс*, *фаблет*);

б) програми, їхні функційні характеристики і дії користувача (*браузер*, *меседж*, *десктоп*, *вайбер аут*, *погуглити*, *скролити*, *скайп*);

3. «Емоції, реакції та оцінка дійсності»:

а) вигуки-привітання, вітання та прощання (*хай*, *хеллоу*, *бай*);

б) етикетні формули згоди або відмови (*окей*, *ок*, *ноу проблемз*, *ноу*).

4. «Люди за різними ономасіологічними ознаками»:

а) віком і статтю (*бой*, *гай*, *бейбі*, *мен*, *піпли*, *олди*);

б) родинними, соціальними й іншими зв'язками (*паренти*, *френди*, *бойфренд*, *BFFs*);

в) професією (*іміджмейкер*, *брокер*, *промоутер*, *ді-джей*, *ем-сі*, *рієлтор*, *сек'юріті*, *бодігард*, *мерчендайзер*, *адмін*, *піар-менеджер*);

г) соціальним статусом (*шіпли*, *лоулайфи*, *аутсайдер*);

г) особливостями поведінки (*пікапер*, *віслблорер*, *кілджей*, *базкілер*).

5. «Культурна сфера»:

а) різноманітні стилі музики та субкультури (*нюу ейдж*, *диско*, *драм*, *чілаут*, *лаунж*);

б) видовищні заходи, концерти (*фест*, *перформанс*, *батл*, *шоудаун*, *фаер-шоу*);

6. «Спортивна сфера» (*фітнес-клуб*, *лег-дроп*, *флеп-джек*, *біг-бут*, *стретчинг*, *бодібілдинг*, *армреслінг*, *арм-кік*).

Існують різні способи проникнення англіцизмів до структури мідіадискурсу, а саме: 1) пряме запозичення – заміна українського слова англійським еквівалентом, наприклад: *millennium* замість *тисячоліття*, *service* замість *послуга*, *beauty* замість *краса*; 2) калькування – заміна структурних елементів іншомовного походження українськими словами, наприклад: *supermarket* замість *універсам*, *helicopter parents* замість *батьки-гелікоптери*; 3) неповні, або змішані, запозичення – часткова заміна українського слова, наприклад: *бізнес-центр*, *б'юті-кімната* [7, с. 138].

За ступенем засвоєння англіцизми масмедійного дискурсу поділяють на такі типи: 1) повністю асимільовані – одиниці, які відповідають усім нормам української мови і сприймаються мовцями як питомі, незапозичені слова, наприклад: *спорт*, *гумор*, *фільм*, *детектив*, *індустрія*; 2) частково асимільовані – одиниці, які зберігають англійське написання та орфоепію. Вони опинилися в мові не так давно, переживають процес освоєння, наприклад: *емоджі*, *фаст-фуд*, *фрїстайл*; 3) неасимільовані – одиниці, які не повністю засвоєні мовою-реципієнтом. Вони відображають побут країни-джерела, наприклад: *долар*, *леді*, *джаз* (див.: [10, с. 139]).

Розглянемо особливості функціонування англіцизмів у сучасному українському медіадискурсі на лексико-семантичному рівні:

1) зміна обсягу поняття лексичної одиниці в мові-реципієнті [3, с. 31]: *racıng* – *рейсінг* (тип автогонок; дисципліна сноубордингу; змагання в широкому сенсі); *liner* – *лайнер* (велике морське пасажирське або вантажне судно; швидкісний літак; *track* – *трек* (велодром; слід, який залишає в речовині заряджена елементарна частинка; звукова доріжка); *molding* – *молдинг* (металева декоративна накладка легкового автомобіля; декоративна накладка, яку використовують у дизайнах інтер'єрів);

2) уходження англіцизмів до синонімічних рядів поряд із питомою українською лексикою:

creative – креативний, творчий, мистецький; *exclusive* – ексклюзивний, винятковий, унікальний, єдиний;

3) копіювання англіцизмами лексичного значення слова-етимона і його передача за допомогою транслітерації або транскрипції: *investor* – інвестор, *importer* – імпортер, *off side* – офсайд, *skijoring* – скійоринг;

4) позначення англіцизмами діяльності індивідуума й копіювання значення слова-етимона [11, с. 34]: *trader* – трейдер, *buyer* – байер, *wakeboarder* – вейкбордер;

5) збереження в процесі запозичення споконвічної графічної форми й копіювання семантики аббревіатур: *FORTS* – *FORTS* (біржовий ринок із торгівлі терміновими контрактами), *API* – *API* (інтерфейс прикладного програмування);

6) зв'язок між процесом запозичення й економією мовних зусиль, що сприяє збереженню комунікативної чіткості, експресивно-емоційної виразності, фонетико-фонологічних, морфологосинтаксичних і лексико-семантичних особливостей мови: *rebranding* – ребрендинг (знаходження нової позиції для бренду), *monitoring* – моніторинг (спостереження), *recruiting* – рекрутинг (підбір кваліфікованих фахівців, який здійснюють спеціалізовані агентства);

7) насиченість спеціальною термінологією, яка завдяки ЗМІ переходить до загальноживаної лексики: *cashing* – кешування, *interface* – інтерфейс, *cybersquatter* – кіберсквотер, *winchester* – вінчестер.

Проаналізуємо особливості функціонування англіцизмів у сучасному українському медіадискурсі на словотвірному рівні:

1) уходження англіцизмів до словникового складу разом з однокореневими словами, які належать до різних частин мови: *install* – інсталувати, *installator* – інсталлятор, *installation* – інсталяція, *keyboard* – кейтборд, *kite border* – кейтбордер, *kiter* – кайтер, *kiting* – кайтинг, *kite rider* – кайтрайдер, *kitesurfer* – кайтсерфер, *kitesurfing* – кайтсерфінг;

2) утворення дієслів від іменників за допомогою суфіксів -ува-, -юва-: *implant* – імплантант, *імплантувати*; *dumping* – демпінг, *демпінгувати*;

3) переважання іменників над іншими частинами мови: *marketing* – маркетинг; *targeting* – таргетинг; *sampling* – семплінг;

4) утворення прикметників від іменників за допомогою суфіксів -ов-, -ськ-: *doping* – допінг – допінговий; *diving* – дайвінг – дайвінговий; *retake* – ремейк – ремейковий; *designer* – дизайнер – дизайнерський;

5) участь англіцизмів у конституюванні нових одиниць мови-реципієнта за словотвірними моделями мови-донора: *інтернет-проект*, *інтернет-маси*, *інтернет-довідник*, *інтернет-премія*; *бізнес-журнал*, *бізнес-блок*, *бізнес-експерт*, *бізнес-еліта*, *бізнес-планування*, *бізнес-довідник*, *бізнес-угода*, *бізнес-спільнота*;

6) варіативність у написанні англіцизмів, освоєних системою української мови: *VJ* – віджей / віджей, *ambient* – ембієнт / амбієнт, *account* – екаунт / акаунт, *device* – девайс / дивайс;

7) активне побутування в мові-реципієнті нефіксованих у тлумачних словниках і словниках іншомовних слів одиниць, які пережи-

вуть відповідні етапи адаптації з обов'язковою лексикографічною фіксацією: *roofer* – руфер, *couchsurfing* – коучсерфінг, *relooking* – релукінг, *relooker* – релукер, *recruiter* – рекрутер, *рекрутувати*, *рекрутований*, *marketing* – маркетинг, *маркетинговий*, *fishing* – фішинг, *фішинговий*;

8) передача запозичених слів за допомогою словосполучень чи виразів: *corn flakes* – корн-флейкс – кукурудзяні пластівці, *high tech* – хай-тек – високі технології;

9) утворення слів-гібридів і свідомо видозміна освоєних англіцизмів: *lifestyle* – лайфстайловий, *computer* – комп'ютер – комп, *комлік*, *компуктер*;

10) утворення жаргонізмів на основі англіцизмів за допомогою експресивних суфіксів -юх-, -ях-, -к-: *video card* – відеокарта – видяха / видюха, *monitor* – монітор – монік;

11) уживання структурно й лексично неадаптованих англіцизмів: *webgirl*, *push-up*, *super*, *beauty*, *playstation*, *PC*, *smartphone* [6].

Схарактеризуємо особливості вживання англіцизмів у медійному дискурсі на прагматичному рівні:

1) розширення сфери функціонування англіцизмів, неадаптованих графічно, орфографічно, граматично й фонетично, активне використання української запозиченої лексики за наявності в українській мові синонімів або синонімічних сполук: *job-offer* – пропозиція роботи, *exclusive* – винятковий, *all inclusive* – все включено, *beauty* – краса, *friend* – френд;

2) закріплення за англіцизмами експресивної функції, формування позитивного, негативного чи зневажливого ставлення до тієї або тієї події, уживання спотвореного запозичення (*шоу-біз* замість *шоу-бізнес*) для надання іронії всьому висловленню;

3) здійснення функції впливу через маніпулювання свідомістю реципієнта за допомогою вживання англіцизмів і створення відповідних стереотипів: *Айтішники* – хлопці зі своєрідним почуттям гумору й поглядами на життя;

4) вираження за допомогою англіцизмів способу мислення англійською лінгвокультурної спільноти: *Бодіпозитив* – це сучасна релігія *Instagram plus size блогерів*;

5) сприйняття англійської запозиченої лексики як престижнішої: *Клінінг-менеджер має навчити персонал ретельному прибиранню* [8, с. 59].

Висновки й пропозиції. Культурні й соціальні зв'язки, які наскрізно пронизують сучасний світ, сприяють активному збагаченню української мови англіцизмами. Через ту причину, що медіадискурс нерозривно пов'язаний з актуальними соціальними процесами, у ньому функціонує велика кількість запозичень з англійської мови. Ці одиниці вирізняються лексико-семантичними, словотвірними і граматичними особливостями.

Із точки зору семантичного наповнення з-поміж англіцизмів виокремлено низку тематичних груп: «Предмети повсякденного вжитку», «Комп'ютерні технології», «Емоції, реакції та оцінка дійсності», «Люди за ономазіологічними ознаками», «Культурна сфера», «Спортивна сфера». Функціонування англіцизмів у сучасному українському медіадискурсі має низку специфічних ознак на лексико-семантичному рівні. Що ж до найсутніших окремішностей цього взірця

запозичень, то вони такі: змінювання обсягу поняття в мові-реципієнті або повне копіювання значення слова-етимона, уходження до синонімічних рядів поряд із питомою українською лексикою чи позначення зовсім нових понять, відсутніх в українській мові.

На дериваційному рівні для англіцизмів характерні 1) постання а) дієслів за допомогою суфіксів -ува-, -юва-; б) прикметників за допомогою суфіксів -ов-, -ськ-; в) емоційно забарвлених слів за допомогою суфіксів -юх-, -як-, -к-; 2) використання словотвірних моделей англійської мови для конституювання нових слів української мови; 3) використання власне укра-

їнського дериваційного ресурсу для адаптації англіцизмів; 4) варіативність у написанні деяких англіцизмів; 5) утворення слів-гібридів зі збереженням графічних елементів англійської мови.

Уживання англіцизмів пов'язане з прагматичною настановою автора. Вони можуть використовуватися для підвищення експресивності висловлення, створення позитивної чи негативної аксіологічної шкали, маніпулювання свідомістю реципієнта, формування престижного образу якогось явища тощо.

Перспективним видається дослідження лексико-семантичної та граматичної адаптації англіцизмів у мові ЗМІ.

Список літератури:

1. Апетян С. Г. Англіцизми в структурі мас-медійного і офіційно-делового дискурсів (лексико-семантичний і когнітивно-прагматичний аспекти) : автореф. дисс. ... канд. філол. наук. Краснодар, 2011. URL: https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01005394494.pdf
2. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця XX – початку XXI ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Людмила Михайлівна Архипенко. Х. : Харківський національний ун-т імені В. Н. Каразіна, 2005. 20 с.
3. Багрий Г. Компаративний аналіз вживання англійських запозичень у сучасних засобах масової інформації. Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія : Філологія (мовознавство), 2014. С. 29–33.
4. Боева Е. В. Специфіка функційної парадигми англіцизмів у сучасному медійному дискурсі. Молодий вчений, 61.9.1, 2018. С. 13–16.
5. Гурко О. В. Англійські запозичення в мові мас-медіа. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство, 22, 2012. С. 39–42.
6. Должикова С. Н. Особенности проникновения англицизмов в язык масс-медиа. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2 : Филология и искусствоведение, 4, 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-proniknoveniya-anglitsizmov-v-yazyk-mass-media/viewer>
7. Кравчук Л. В. Окаціоналізми-інолексеми в текстах мас-медіа початку XXI століття. Дослідження з лексикології і граматики української мови, 13, 2013. С. 137–144.
8. Молоткіна Ю. О. Функціонування медіа-лексичної іншомовної походження в сучасних українських інтернет-видаваннях. Society. Document. Communication, 5, 2018. С. 57–70.
9. Науменко У. В. Вживання англіцизмів ЗМІ у полікультурному просторі, 2016. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoaf_2016_63_49.pdf
10. Семчинський С. До питання про сучасне засвоєння українською мовою англіцизмів. Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії, 2015. С. 137–140.
11. Фіголь Н. М., Кібальник Р. В. Функціонування неологізмів у сучасному медіа-тексті. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика, 23, 2011. С. 31–40.

References:

1. Apetyan S. H. (2011). Anhlytsyzmy v strukture mass-medyyneho y ofytsyal'no-delovoho dyskursov (leksyko-semantychesky y kohnytyvno-prahmatychesky aspekty): avtoref. dyss. ... kand. fylol. nauk [Anglicisms in the structure of mass-media and official discourses (lexical-semantic and cognitive-pragmatic aspects)]. Krasnodar. URL: https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01005394494.pdf
2. Arkhypenko L. M. (2005). Inshomovni leksychni zapozychennya v ukrayins'kiy movi: etapy i stupeni adaptatsiyi (na materialy anhlytsyzmiv u presi kintsya KHKH – pochatku KHKHI st.): avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk: spets. 10.02.01 «Ukrayins'ka mova». Lyudmyla Mykhaylivna Arkhypenko [Foreign language lexical borrowings in the Ukrainian language: stages and levels of adaptation (as exemplified by Anglicisms in the press of the late XX – early XXI centuries)]. Kh.: Kharkivs'kyi natsional'nyy un-t imeni V. N. Karazina, 20 p.
3. Bahriy H. (2014). Komparatyvnyy analiz vzhvannya anhlovnykh zapozychen' u suchasnykh zasobakh masovoyi informatsiyi [Comparative analysis of the use of English language borrowings in modern media]. Naukovi zapysky Vinnyts'koho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Mykhayla Kotsyubyns'koho. Seriya: Filolohiya (movoznavstvo), pp. 29–33.
4. Boyeva E. V. (2018). Spetsyfika funktsynoyi paradyhmy anhlytsyzmiv u suchasnomu mediyonomu dyskursi [Specificity of the Functional Paradigm of Anglicisms in Contemporary Media Discourse]. Molodyy vchenyy, 61.9.1, pp. 13–16.
5. Hurko O. V. (2012). Anhlyts'ki zapozychennya v movi mas-media. [English borrowings in the language of the mass media]. Naukovyy visnyk Volyns'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky. Filolohichni nauky. Movoznavstvo, 22, pp. 39–42.
6. Dolzhykova S. N. (2011). Osobennosti pronyknovenyya anhlytsyzmiv v yazyk mass-medya. [Peculiarities of introduction of Anglicisms into the language of mass media]. Vestnyk Adyheyskoho hosudarstvennoho unyversyteta. Seryya 2: Fylohohyya y yskusstvedenye. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-proniknoveniya-anglitsizmov-v-yazyk-mass-media/viewer>
7. Kravchuk L. V. (2013). Okazionalizmy-inoleksemy v tekstakh mas-media pochatku XXI stolittya [Occasionalisms in the early 21st century mass media texts] Doslidzhennya z leksykohohiyi i hramatyky ukrayins'koyi movy, 13, pp. 137–144.

8. Molotkina Y. O. (2018). Funktsionuvannya media-leksyky inshomovnoho pokhodzhennya v suchasnykh ukrayins'kykh internet-vidannyakh [Functioning of foreign-language mass media vocabulary in modern Ukrainian Internet editions]. *Society. Document. Communication*, 5, pp. 57–70.
9. Naumenko U. V. (2016). Vzhyvannya anhlitsyzmiv zmi u polikul'turnomu prostori. [The Use of Mass Media Anglicisms in Multicultural Space]. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoaf_2016_63_49.pdf
10. Semchyns'kyi S. (2015). Do pytannya pro suchasne zasvoyennya ukrayins'koyu movoyu anhlitsyzmiv [On Adaptation of Anglicisms by modern Ukrainian]. *Problemy ta perspektyvy rozvytku nauky na pochatku tret'oho tysyacholittya u krayinakh Yevropy ta Azii*. Pp. 137–140.
11. Fihol' N. M., & Kibal'nyk R. V. (2011). Funktsionuvannya neolohizmiv u suchasnomu media-teksti [The Functioning of Neologisms in Contemporary Media Text]. *Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka*. 23, pp. 31–40.