

3. Гра-квест «Що ми знаємо про Тараса Шевченка?» URL: <https://vseosvita.ua/library/gra-kvest-so-mi-znaemo-pro-tarasa-sevcenka-420464.html>

4. Квест «Чи знаємо ми Лесю Українку?» URL: <https://vseosvita.ua/library/kvest-ci-znaemo-mi-lesu-ukrainku-411926.html>

5. Презентація-квест до Дня народження Лесі Українки «Дізнайся про Лесю Українку». URL: [https://vseosvita-ua.translate.google.com/library/prezentatsiia-kvest-do-dnia-narodzhennia-lesi-ukrainky-diznaisia-pro-lesiu-ukrainku-647407.html?x\\_tr\\_sl=uk&x\\_tr\\_tl=ru&x\\_tr\\_hl=ru&x\\_tr\\_pto=sc](https://vseosvita-ua.translate.google.com/library/prezentatsiia-kvest-do-dnia-narodzhennia-lesi-ukrainky-diznaisia-pro-lesiu-ukrainku-647407.html?x_tr_sl=uk&x_tr_tl=ru&x_tr_hl=ru&x_tr_pto=sc)

QR-Квест «Леся Українка – скарб нашої батьківщини»  
<https://vseosvita.ua/library/qr-kvest-lesia-ukrainka-skarb-nashoi-batktivshchyny-744986.html>

*Юлія Крет,*

Науковий керівник – кандидат філологічних наук,

доцент Гайда Ольга,

Тернопільський національний педагогічний

університет імені Володимира Гнатюка

### **СПОСОБИ ВХОДЖЕННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У МОВУ МЕДІА**

Активне входження іноземної лексики відбувається переважно за рахунок англіцизмів, на які припадає 75-80% від загального обсягу запозичень. Це також неоднозначно оцінюється широкою громадськістю. З одного боку, запозичення збагачують словниковий склад української мови і є результатом інтеграції України в європейську та світову спільноту. Потрапляючи в українську мову, іншомовні слова поступово адаптуються до української звукової системи, підпорядковуються українським граматичним правилам, набувають нових значень і втрачають ознаки неукраїнського походження. Правильне та доречне використання іноземної мови допомагає розширити кругозір людини та краще відкрити для себе сучасне життя [7, с. 251].

Найважливішими причинами запозичень, які називають науковці, є:

1) необхідність дати назву новому об'єкту, відсутність еквівалентного терміна для позначення нового предмета, явища чи поняття в рідній мові;

2) необхідність розмежування понять, які є понятійно близькими, але не тотожними; прагнення до більшої термінологічної ясності;

3) потреба спеціалізації поняття в певній галузі;

4) тенденція в українській мові до використання одного запозичення замість словосполучення, оскільки в мові запозичення існує усталена термінологічна система з традиційними джерелами запозичення. В українській мові, наприклад: *clearing* – укр. *кліринг* – система безготівкових розрахунків, що ґрунтується на зарахуванні банками взаємних платіжних вимог сторін;

5) соціально-психологічні причини – уявлення про те, що іноземні мови є більш престижними [4, с. 71].

Серед інших чинників, що створюють сприятливі умови для проникнення англійської лексики в українську мову, дослідники (Л. Архипенко [1, с. 5-6], М. Бондар [2, с. 8], Н. Босак [3, с. 43-45], О. Стишов [7, с. 21-22] та ін.) вказують на такі: престиж англійської мови, зростання кількості англомовних українців, прагнення до новизни, емоційності та експресивності речень, бажання «осучаснити» тексти за допомогою іншомовних слів, намір нівелювати або навмисно приховати інформацію за допомогою англійських запозичень, які виконують евфемістичну функцію. Часто англійські запозичення використовуються для заміни фразеологізмів або описових слів однослівними назвами. У цьому випадку вони є важливим засобом передачі інформації в стислій і точній формі (*Flood* – марна балаканина на форумах; *Flame* – обмін повідомленнями на форумах і в чатах, які не мають відношення до початкової теми; *Spat* – масова рекламна розсилка електронною поштою; *Blogging* – онлайн-журнали; *Trolling* – розміщення провокаційних повідомлень в Інтернеті).

Однією з найактивніших сфер запозичення нових англомовних слів в українську мову є засоби масової інформації. Мова засобів масової інформації використовується для входження в українську лексику. Особливо інтенсивно цей процес відбувається в останні десятиліття. Для того, щоб привернути увагу україномовної аудиторії, звичайні об'єкти часто маскуються, іноді під українські назви. Наприклад, *digest* – огляд, *cash* – готівка, *service* – обслуговування, *prime-time* – найкращий час, *flyer* – листівка, *distributor* – розповсюджувач, *consumption* – споживання, *consumer* – споживач, *sale* – розпродаж, *office* – контора, *security* – охорона, *discount* – знижка, *leasing* – оренда тощо.

Основною причиною запозичень є невідповідність між, з одного боку, потребою в термінологічній точності, а з іншого – практичною стислістю. Втім, запозичення певних термінів є поширеним явищем. Проте в українській мові вже існують відповідні терміни та словосполучення, які часто запозичуються для позначення давніших понять. Таким чином, у мові з'являються лексичні одиниці різного походження, тобто пари синонімів, що позначають одне й те саме явище. Наприклад: *dealer* – посередник, представник; *discount* – знижка; *manager* – керівник; *offshore* – іноземний. Серед найбільш поширених запозичень з англійської мови, які впевнено увійшли в широкий обіг, такі слова як *skills* – навички, вміння; *deadline* – кінцевий термін; *team building* – гартування; *life hack* – хитрик, лазівка; *portfolio* – набір, добір; *gadget* – пристрій; *account* – обліковий запис; *challenge* – виклик; *hype* – галас, лемент; *bullying* – цькування; *feedback* – відгук, зворотній зв'язок; *hater* – злоріка, ненависник; *creative* – творчий; *latent* – прихований, неявний; *variable* – змінний; *interaction* – взаємодія; *exclusive* – винятковий; *option* – вибір тощо.

Досліджуючи процес входження нових слів у сучасне мовлення, В. В. Зірка говорить про те, що «...ми є свідками певної боротьби двох видів свідомості – орієнтації на властивості традиційної норми та орієнтації на систему цінностей сучасного члена соціуму, на його ментальність». Хоча

вчена й додає при цьому, що відбувається взаємовплив: мова відображає ментальність сучасника і цим зміцнює її [5, с. 166].

Існування англійських запозичень у ЗМІ зумовлене як лінгвістичними, так і екстралінгвістичними чинниками. Загалом в основі всіх екстралінгвальних причин запозичень лежить контактування мов, а залежно від характеру, передумов і контексту реалізації такого контактування виокремлюють певні чинники запозичення. Система інтралінгвальних причин так само ґрунтується на природі функціонування мови та її здатності асимілювати нові іншомовні надходження в разі потреби. Відповідно до характеру цієї потреби вирізняють певні інтралінгвальні причини.

Розглянемо основні категорії лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників запозичення, які збагачують словниковий склад сучасної української мови. Нелінгвістичні причини включають контакти між етнічними групами, що перебувають у географічній близькості, економічні, промислові, політичні, культурні та наукові зв'язки. Лінгвістичні причини запозичення іноземної мови включають наступні:

- потреба поповнити або створити лексичні чи семантичні групи, яких не існувало або які були недостатніми в певний історичний момент у запозиченій мові;

- необхідність семантичного розмежування та розмежування певних слів;

- більша термінологічна визначеність запозичених слів, що виникли в мові-джерелі, порівняно з їхніми існуючими еквівалентами в мові-реципієнті [6].

Тому Л. Архипенко поділяє основні причини запозичень на дві групи:

1. Мовні причини: брак слів для називання нових предметів, явищ, понять тощо; специфічні слова або назви потрібні для усунення непорозумінь між партнерами; необхідність розрізняти близькі за змістом, але різні за значенням поняття; тенденція до заміни фраз або описових словосполучень однослівними назвами; необхідність спеціалізації поняття в певній галузі;

потреба позначити поняття, яке є релевантним для комунікації: якщо поняття зачіпає важливі для людей проблеми, то слова, які його позначають, будуть загальноновживаними; тенденція до інтеграції запозичених слів, які можна згрупувати в певний лексичний ряд, виходячи з їхнього загального значення та повторюваності структурних елементів; наявність у мові-рецепторі усталеної термінологічної системи, яка обслуговує певну галузь; потреба в нових позначеннях як данина моді та престижу, а також для підвищення свого авторитету в очах інших. Одними із позамовних причин є економічні, соціально-політичні, культурно-побутові, наукові та соціально-психологічні [1, с. 5-6].

Сьогодні українська мова страждає від надмірної поширеності запозичень та інтернаціоналізмів, які шкодять не лише мові, а й культурі. Теоретичне вивчення англійських запозичень та їх глибокий аналіз дасть інформацію про те, як підтримувати поступовий розвиток української мови та її позиціонування як щонайменше важливої регіональної мови. Зважаючи на здатність телебачення та газети впливати на суспільство, найбільше значення на шляху популяризації мови мають засоби масової інформації, які повинні підтримувати українську культуру та мову, дотримуючись рівноваги у використанні власне української та запозиченої лексики.

### **Список використаної літератури**

1. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця ХХ – початку ХХІ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». 2024. 20 с.

2. Бондар М. В. Активні лексико-семантичні процеси в мові художньої прози кінця ХХ-початку ХХІ століть: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01. 2004. 19 с.

3. Босак Н. Ф., Печерська В. А. Причини появи запозичень-англіцизмів в українських ЗМІ. *Матеріали II Міжнародної наукової конференції «Лексико-*

граматичні інновації в сучасних слов'янських мовах». 2005. Дніпро : Пороги. 43-45.

4. Дуднік Г., Данік Л. Англомовні запозичення в засобах масової інформації та особливості їх перекладу. *Мовознавство. Літературознавство. Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип 48, том 3. 70-73.

5. Зірка В. В. Реклама і новомодні слова. *На терені юридичної і філологічної науки: зб. наук. пр., присвяч. 50-річчю від дня народж. і 25-річчю наук.-пед. діяльності проф. Ю. Ф. Прадіда*. 2006. Сімферополь: [б. в.]. 165–168.

6. Сімонок В. П. Семантико-функціональний аспект аналізу іншомовної лексики в сучасній українській мовній картині світу. 2000. Харків. 332с.

7. Стишов О. А. Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку ХХІ ст. *Studia philologica*. 2017. Випуск 9. 66-75.

**Наталія Ручка,**

Науковий керівник – кандидат філологічних наук,

доцент Гайда Ольга,

Тернопільський національний педагогічний

університет імені Володимира Гнатюка

## **ЯВИЩЕ ЛІНГВОЦИДУ ЯК ФЕНОМЕН**

Лінгвоцид – це поняття, яке описує систематичне знищення або спроби придушення мови певного народу чи національної групи. З давніх часів імперії та колоніальні держави намагалися зміцнити свій контроль, пригнічуючи культурну самобутність підкорених народів. Цей негативний феномен триває й донині, тому багато вчених почали ширше досліджувати явище лінгвоциду. Не винятком стали й українські науковці. Їхні дослідження спрямовані на розширення розуміння цього явища та розробку стратегій захисту мовної різноманітності у сучасному світі.