

АНГЛОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ТЕРМІНІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Мова прямо з'єднана з усіма сферами людського життя. Кардинальні зміни у діяльності суспільства призводять до суттєвих змін в лексиці сучасної літературної мови. Швидкий процес оновлення лексики часто відбувається за рахунок запозичень з англійської мови, такі слова ще називають англіцизмами. Вони приходять в нашу мову починаючи з XIX ст. і останнім часом їх стає все більше.

За «Словником лінгвістичних термінів» «Запозичене слово – це слово, що з'явилося в мові як наслідок переймання його з іншої мови». Варто зауважити, англіцизми відносяться до всіх сфер життя суспільства [2].

В працях Жлуктенко Ю.О., Адамчик М.В., Ганич Д.І., Олійник І.С., та Мельничук О.С. під час розуміння запозичення як елементу, перенесеного з іншої мови виділяють наступні види. Матеріальне (лексичне) запозичення – запозичення, за якого з іноземної в рідну мову входить лексична одиниця повністю (значення й експонент). Наприклад: мітинг (англ. meeting), тінейджер (англ. teenager «підліток»). Позики в сфері граматики, прийнято вважати явищем, яке з'явилося спираючись на лексичне. Калькування, тобто копіювання іноземного слова за допомогою рідного матеріалу. Так, наприклад, хмарочос – калькою skyscraper (sky «небо», scraпер «скребти»). Також виділяють напівкальки: одна частина слова запозичена, а друга калькується. Наприклад: телебачення (англ. television із гр. tele «далеко» й англ. vision «бачення») [1].

Для запозичень з англійської характерні: звукосполучення дж (бюджет, джаз, джентльмен, джемпер); звукосполучення ай, ей (гайморит, інсайд, тролейбус, хокей); суфікс – инг (-інг) (мітинг, пудинг, демпінг, тюбінг).

Причин запозичення термінів виділяють дві: позамовні та власне мовні. До перших належать економічні, культурні та політичні контакти між державами, що значно посилюються в умовах глобалізації. Власне мовними причинами запозичень є відсутність у рідній мові адекватного слова для нового предмета, явища чи поняття; тенденція до використання одного запозиченого слова замість звороту в українській мові; прагнення до підвищення чіткості терміна, яке виражається у вилученні полісемії або омонімії в запозиченій мові (напр.: factoring – укр. факторинг – різновид торговельно-комісійної операції).

Окремо також слід зазначити таку групу запозичень з англійської, яку в самій англійській мові прийнято звати «псевдоангліцизмами». Приставка «псевдо-» тут означає не те, що слова не є англійськими за походженням, а лише те, що їхня семантика у мові-реципієнті відрізняється від значення у самій англійській мові. «Псевдоангліцизми» є окремим випадком фальшивих друзів перекладача. Так, слово менеджер буквально з англійської мови означає “управляючий, менеджер”, а “Словник іншомовних слів” визначає, що менеджер – це: “1) фахівець з управління господарськими процесами, виробництвом, обігом товарів та послуг; найманий управляючий; 2) підприємець у галузі професійного спорту, шоу-бізнесу тощо, який організовує виступи спортсменів, артистів та ін.

Найактивнішими користувачами англіцизмів є молодь. Загальноновживаний молодіжний сленг, зазвичай називає найбільш загальноновживані та популярні речі. За сферою використання англіцизми можна поділити: на предмети повсякденного вжитку (шужи, найки, фаст-фуд); комп'ютерні технології (ноут, браузер, скап); емоції, реакції та оцінка дійсності, вигуки, привітання, вітання та прощання (хай, бай)[5].

Таким чином ми можемо прослідкувати значний вплив англійської мови на сучасний словник української мови у всіх сферах життєдіяльності, при цьому найбільш активними користувачами є молодь. Аналіз запозичень показав, що з англійської мови надходять як слова для позначення нових понять і реалій, так і слова, що замінюють українські, надаючи їм більш конкретних значень.

Список літератури

1. Адамчик М.В. Великий англо-український словник – Донецьк: Стакер, 2002. – с. 1152.
2. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів – К.: Наукова думка, 1987 – с. 56.
3. Жлуктенко Ю.О. Англо-український словник – К.: Рад. пік., 1976 – с. 73.
4. Мельничук О.С. Словник іншомовних слів – ЇС: Гол. ред. УРЕ, 1985 – с. 103.
5. Юшук І.П. Запозичення з англійської мови – Українська мова: Підручник. – 3-є видання. – К.: Либідь, 2006. – с. 209.

*Науковий керівник: Сібрук А.В.,
канд. філол. наук*

УДК 17.022.1-057.87=161.2 (043.2)

Літвінчук Ю.А.
Національний Авіаційний Університет, Київ

РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У СТВОРЕННІ ІМІДЖУ СТУДЕНТА

Мовна ситуація в Україні залишається непростю. Актуальним залишається вивчення проблем ціннісних орієнтирів української молоді з метою виявлення реальної картини всього, що відбувається з сучасною молоддю.

Метою нашої роботи є вивчення проблем комунікації української молоді та впливу рідної мови у створенні іміджу сучасного українського студента. Імідж для кожної людини – це, перш за все, показник успішності, високого становища в суспільстві. Так, Г.Г. Почепцов вважає, що імідж – це знаковий замітник, що відбиває основні риси портрета людини. Дослідник Т.С. Пархоменко пропонує називати іміджем нову реальність, процес створення якої цілеспрямовано організований і має чітко задані параметри.

Престиж мови, місце та авторитет на міжнародній арені залежить від багатьох факторів, одним із важливих є всесторонній її розвиток, повага до мови її носіїв.

Молодь поділяється на різні категорії, яким властива наявність певних правил поведінки та авторитетів. Сьогодні загальнопоширеною є думка, що чим глибше людина розвиває своє мовлення, тим краще її сприймають оточуючі. Українська мова, як і багато інших мов світу, наповнена сленгом, який вживається в певних соціальних чи професійних групах людей. Існування сленгу, діалектів доводить той факт, що мова є динамічною системою, яка живе і постійно розвивається.