

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
Кафедра стилістики та мовної комунікації

**ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ  
В СУЧАСНІЙ МАСМЕДІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ**

**Кваліфікаційна робота  
освітнього рівня «магістр»**  
студентки II курсу магістратури,  
галузь знань 03 Гуманітарні науки,  
спеціальність – 035 Філологія / 035.01,  
освітня програма «Українська філологія  
та західноєвропейська мова»  
**Тетяни Петрівни БАЗИЛЮК**

**Науковий керівник:**  
канд. філол. н., доц. Ольга П'ЯТЕЦЬКА

«Допущено до захисту»  
Протокол засідання  
кафедри *стилістики та мовної комунікації*  
протокол №\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року  
завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (підпис)  
д.філол.н., проф. Лариса ШЕВЧЕНКО

КИЇВ  
2024

## ЗМІСТ

<b>ЗМІСТ</b> .....	2
<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	3
<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ</b> .....	9
1.1. Екстралінгвальні чинники появи іншомовної лексики в масмедійній комунікації .....	9
1.2. Класифікація іншомовної лексики в контексті сучасних лінгвістичних досліджень .....	15
1.3. Структурно-семантична адаптація іншомовної лексики в масмедійній комунікації .....	23
<b>Висновки до першого розділу</b> .....	30
<b>РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В НОВИННОМУ КОНТЕНТІ</b> .....	32
2.1. Класифікація іншомовної лексики за тематичними групами (на прикладі українських новинних сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня») .....	32
2.2. Функції іншомовних лексем у новинному контенті .....	56
<b>Висновки до другого розділу</b> .....	64
<b>РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В МОВІ СОЦМЕРЕЖ</b> .....	65
3.1. Лексико-тематична та функціональна характеристика англіцизмів у блогах (на прикладі блогу Надії Дорофєєвої) .....	65
3.2. Іншомовна лексика в рекламних дописах соцмережі «Інстаграм» (на прикладі бізнес-блогу СHER'17) .....	72
<b>Висновки до третього розділу</b> .....	76
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	78
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	81
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	85
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ</b> .....	86
<b>СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	86

## АНОТАЦІЯ

Тетяна Базилюк

### ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНІЙ МАСМЕДІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

**Анотація.** Магістерську роботу присвячено комплексному дослідженню функціонального потенціалу іншомовної лексики в масмедійній комунікації. Світові глобалізаційні процеси та швидкий розвиток масмедійної сфери активізували використання в ній іншомовної лексики, яка підвищує ефективність сучасного процесу спілкування. Мета дослідження зосереджена на функціональному та лексико-тематичному аналізах іншомовної лексики в медіатекстах новинного спрямування та мові соцмереж. Завдання дослідження спрямовані на вивчення екстралінгвальних чинників появи іншомовної лексики в масмедійних текстах, її класифікації та структурно-семантичної адаптації, а також на встановлення тематичних груп іншомовної лексики та їх функцій у новинному контенті та соціальних мережах. Об'єктом дослідження є іншомовна лексика в масмедійних текстах, а предметом – її функціональний потенціал у різних медійних жанрах: новинному контенті, блогах, рекламних дописах. Для реалізації поставлених мети та завдань у роботі застосовано методи теоретичного аналізу й узагальнення літературних джерел, метод суцільної вибірки, описовий метод, структурно-семантичний і функціонально-стилістичний аналізи, які дозволили визначити екстралінгвальні чинники появи іншомовної лексики, її функції, основні тематичні типи та етимологію в медійному контенті. Результати дослідження, отримані на основі аналізу матеріалу з новинних сайтів «Суспільне Новини» і «Дзеркало тижня» та блогів Надії Дорофєєвої та СHER'17 у соцмережі «Інстаграм», дали змогу виявити широке вживання слів греко-латинського та англійського походження, з'ясувати основні тематичні групи, у яких функціонують іншомовні одиниці, дослідити основні функції іншомовних лексем, а саме: номінативну, емоційно-експресивну, описову, комунікативну, атрактивну та економію мовних засобів. Дослідження відкриває нові можливості для розуміння впливу іншомовної лексики на медійну комунікацію та її адаптацію в сучасному медіасередовищі.

**Ключові слова:** іншомовна лексика, масмедійна комунікація, мова соцмереж, новинний контент, тематичні групи, функціональний потенціал.

Bazyliuk Tetiana

### FUNCTIONAL POTENTIAL OF FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY IN MODERN MASS MEDIA COMMUNICATION

**Summary.** The master's work is devoted to a comprehensive study of the functional potential of foreign language vocabulary in mass media communication. World globalization processes and the rapid development of the mass media sphere have intensified the use of foreign vocabulary in it, which increases the effectiveness of the modern communication process. The aim of the research is focused on the functional and lexical-thematic analyzes of foreign language vocabulary in news media texts and the language of social networks. The tasks of the research are aimed at studying the extralingual factors of the appearance of foreign language vocabulary in mass media texts, its classification and structural-semantic adaptation, as well as establishing thematic groups of foreign language vocabulary and their functions in news content and social networks. The object of research is foreign language vocabulary in mass media texts, and the subject is its functional potential in various media genres: news content, blogs, advertising posts. To implement the set aim

and tasks, the work used methods of theoretical analysis and generalization of literary sources, continuous sampling method, descriptive method, structural-semantic and functional-stylistic analyses, which made it possible to determine extralingual factors of the appearance of foreign vocabulary, its functions, main thematic types and etymology in media content. The results of the research, obtained on the basis of the analysis of material from the news sites " Suspilne Novyny" and "Dzerkalo Tyzhnia" and the blogs of Nadiia Dorofieieva and CHER'17 in the social network "Instagram", made it possible to reveal the wide use of words of Greek-Latin and English origin, to find out the main thematic groups in which foreign language units function, to investigate the main functions of foreign language lexemes, namely: nominative, emotional-expressive, descriptive, communicative, attractive and economy of language means. The study opens up new opportunities for understanding the influence of foreign language vocabulary on media communication and its adaptation in the modern media environment.

**Keywords:** foreign language vocabulary, mass media communication, language of social networks, news content, thematic groups, functional potential.

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Пропонована тема дослідницької роботи охоплює проблематику багатьох мовознавчих галузей, зокрема: лексикологію, стилістику, медіалінгвістику, теорію мовної комунікації тощо.

Сучасний розвиток цивілізації охарактеризовано соціально-економічною глобалізацією суспільства та міжкультурною комунікацією, що відзначаються інтенсивним процесом мовних запозичень. Застосування іншомовної лексики за умови процесів глобалізації є чинником, що, з одного боку, допомагає встановити міжмовні контакти та зблизитися з культурними явищами інших етносів, але з іншого – сприяє усвідомити та культивувати власну національну ідентичність.

Вплив іноземних мов на український медійний дискурс є одним із важливих екстралінгвальних чинників глобалізаційного процесу, внаслідок чого актуалізувалася іншомовна лексика, яка стала активним джерелом поповнення й збагачення української мови, а також необхідним інструментом для здійснення ефективної комунікації. Іншомовні слова в різних сферах спілкування сприяють лаконічності, точності висловлення думки, нерідко створюють емоційний зв'язок з аудиторією. Використання англіцизмів надають контенту сучасного й стильного або професійного вигляду, стають частиною специфічного образу медійної особистості чи бренду в онлайн-середовищі.

Однак важливо враховувати, що неправильне вживання іншомовних одиниць призводить до непорозумінь або спричиняє культурний дисонанс. Тому необхідно чітко розуміти значення та контекст кожного слова чи виразу задля уникнення негативних наслідків.

Дослідження функціонального потенціалу іншомовної лексики в сучасній масмедійній комунікації є важливим для розуміння тенденцій у спілкуванні та розвитку міжкультурного обміну інформацією. До того ж потреба дослідження цієї теми зумовлена активним поповненням новинного контенту та мови соцмереж новими іншомовними словами. Велика кількість

іншомовної лексики в масмедійній комунікації викликає потребу досліджувати доцільність вживання запозичень, зумовлену функціональними особливостями цієї групи лексики.

Отже, *актуальність* теми роботи, окрім вищезазначених чинників, зумовлена сукупністю факторів, а саме:

- 1) спрямуванням сучасної лінгвістики на вивчення лінгвокультурних явищ у контексті глобалізації;
- 2) інтенсифікацією міжмовної комунікації;
- 3) необхідністю детального вивчення функціонального потенціалу іншомовної лексики в контексті медійного дискурсу;
- 4) потребою ґрунтовного дослідження тематичних груп іншомовної лексики в сучасному українському новинному контенті, зокрема на сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня»;
- 5) необхідністю розкриття функцій запозиченої лексики в новинному контенті;
- 6) обмеженими знаннями про функціональний потенціал іншомовної лексики в мові соцмереж.

**Мета роботи** – здійснити функціональний та лексико-тематичний аналіз іншомовної лексики в сучасній масмедійній комунікації, зокрема в новинному контенті та мові соцмереж.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення конкретних **завдань**, а саме:

- з'ясувати екстралінгвальні чинники появи іншомовної лексики в масмедійній комунікації;
- подати сучасну класифікацію іншомовної лексики;
- охарактеризувати структурно-семантичну адаптацію іншомовної лексики в масмедійній комунікації;
- визначити тематичні групи іншомовної лексики та встановити її функції в новинному контенті;

- з'ясувати лексико-тематичну та функціональну характеристику англіцизмів у блогах;

- визначити функціональний потенціал іншомовної лексики в рекламних дописах соцмережі «Інстаграм».

Відповідно до сформульованих мети та завдань у роботі застосовано такі **методи** дослідження: *метод теоретичного аналізу та узагальнення літературних джерел* дав змогу з'ясувати та узагальнити основні екстралінгвальні чинники появи іншомовної лексики, її класифікацію та структурно-семантичну адаптацію в масмедійній комунікації; *описовий метод* послугував для обліку та опису відібраних іншомовних одиниць, а також для з'ясування їхніх особливостей; *метод вибірки* використано для відбору іншомовної лексики з новинного контенту на сайтах «Суспільне Новини» і «Дзеркало тижня» та з мови соцмереж у блогах Надії Дорофеевої та СHER'17; *метод тематичної класифікації* дав змогу з'ясувати предметно-понятійну різноманітність корпусу іншомовних слів; *метод структурно-семантичного аналізу* застосовано для аналізу структури та семантики іншомовних лексем у їхніх взаємозв'язках; *метод функціонально-стилістичного аналізу* використано для з'ясування функцій іншомовних одиниць, зумовлених жанрово-стилістичними особливостями медіатекстів.

**Об'єкт дослідження** – іншомовна лексика в медіатекстах, зокрема новинному контенті та мові соцмереж.

**Предмет дослідження** – функціональний потенціал, тематичні групи та етимологічна характеристика медійної іншомовної лексики, вилученої шляхом вибірки з новинних сайтів «Суспільне Новини» і «Дзеркало тижня» та з мови соцмереж у блогах Надії Дорофеевої та СHER'17.

**Матеріалом дослідження** стали 288 іншомовних одиниць, відібраних із медіатекстів, зокрема з новинних сайтів «Суспільне Новини» і «Дзеркало тижня» та блогів Надії Дорофеевої та СHER'17 у соцмережі «Інстаграм».

**Наукова новизна дослідження** полягає в тому, що в магістерській роботі вперше здійснено комплексне дослідження іншомовної лексики на матеріалі

новинних сайтів «Суспільне Новини» і «Дзеркало тижня» та блогів Надії Дорофеевої та СHER'17 у соцмережі «Інстаграм», що дало змогу визначити основні функції запозичень у медіатекстах, виокремити різні тематичні групи іншомовних лексем, дати для кращого розуміння їхнього значення короткий етимологічний коментар та виявити прагматичність їхнього застосування в мові реципієнта.

**Теоретичне значення** роботи. Результати дослідження дають додаткові наукові відомості про особливості функціонування іншомовної лексики в медійному середовищі, що може бути цінним внеском у теоретичні засади лексикології, етимології, медіалінгвістики, медіакомунікації, міжкультурної комунікації та лінгвокультурології, а також сприяють глибшому вивченню й розумінню специфіки іншомовної лексики в сучасній масмедійній комунікації.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в перспективі їхнього подальшого використання для написання науково-дослідницьких робіт, навчальних проєктів з української мови та медіалінгвістики, а також для укладання лексикографічних праць, зокрема словників іншомовної лексики, розробки спецкурсів, навчально-методичних матеріалів із викладання й вивчення української мови, стилістики, медіалінгвістики, лексикології та міжкультурної комунікації.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списків використаної літератури, використаних джерел та джерел ілюстративного матеріалу, що нараховують 50 позицій, а також списку умовних скорочень використаних джерел. Повний обсяг магістерської роботи – 86 сторінок.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ

## 1.1. Екстралінгвальні чинники появи іншомовної лексики в масмедійній комунікації

Лексичний склад української мови постійно зазнає різноманітних модифікацій, що зумовлює помітне оновлення словникового складу мови. Нині зміни в усіх комунікативних сферах української мови відбуваються досить швидко. Цей динамічний процес не оминув і сферу масмедійної комунікації, у мові якої фіксуються всі суспільно-політичні та соціально-економічні зміни, для відображення яких медіасередовище часто потребує нових лексичних одиниць, яких немає в мові. Тому трансформації в медійному дискурсі стосуються саме лексичного рівня, зокрема активного вживання іншомовної лексики. І як зазначає К. Ленець, «журналістська практика підтримує традицію частого вживання запозичень, бо саме вони є центром соціально-політичного лексикону» [24, с. 41].

До того ж серед характерних рис мови медіа виокремлюють такі:

- 1) розширення сфер мовної комунікації, пов'язане з розвитком нових форм тексту;
- 2) різноманітність норм мовленнєвої поведінки, характерної для кожної соціальної групи, притаманне сучасній комунікації, яке втілюється у мовній практиці масмедіа;
- 3) демократизація медійного стилю;
- 4) вплив «американізацій» на мову медіа;
- 5) відданість мовній моді [22, с. 191].

Тому для привернення уваги реципієнта до медійного тексту необхідно зацікавити його, наприклад, застосувавши іншомовну лексему в заголовку [22, с. 191].

Варто сказати, що мова медіа – це одне з основних джерел передачі лексики з однієї мови в іншу [10, с. 19]. До того ж в мові масмедіа процес інтенсивної появи та адаптації іншомовної лексики спричинено насамперед екстралінгвальними чинниками, серед яких міжкультурна комунікація та глобалізація. І тут варто розглядати глобалізацію як інформаційну відкритість, що створює інформаційну присутність іноземних учасників комунікації. Помітною ознакою цього явища в українській масмедійній комунікації стала поява іншомовних вкраплень у текстах, тобто одиниць, які зберігають оригінальне іноземне графічне написання, зокрема англійське, а не передаються українськими буквами [9, с. 313]. Таке явище можна вважати виявом маргінального білінгвізму, що свідчить не про традиційне запозичення, а про перемикання між кодами – випадкові переходи з української мови на англійську [1, с. 191].

Варто зауважити, що екстралінгвальні чинники – це чинники, що перебувають поза мовою. До них належать культурні, наукові, економічні, історичні, естетичні та суспільно-політичні контакти між народами.

На думку Н. Гудими, контактування мов – це одна з основних екстралінгвістичних причин змін мови [10, с. 19-20].

Як зазначає М. Кочерган, контактування мов зумовлене такими процесами, як: запозиченням фразеології та лексики, засвоєнням артикуляційних особливостей інших мов, зміною наголосу, змінами у словотворі та в граматичній будові мови [21, с. 337-338].

В. Сімонок вважає, що екстралінгвальними причинами появи іншомовної лексики в масмедійній комунікації є глобальна тенденція до інтернаціоналізації лексичного складу та сприйняття іншомовної лексеми як більш престижної та милозвучної (*наприклад, ексклюзивний замість винятковий*) або перевага однієї мови у якійсь сфері, тобто «... престиж (престиж народу у військових, політичних, економічних відношеннях; духовному, літературному, науковому, релігійному житті тощо)» [32, с. 84, 226].

А. Ломовцева теж стверджує, що надання мовцями переваги іншомовній лексемі через її престижність та модність – це одна з основних екстралінгвальних причин появи запозичень у мові масмедіа [26, с. 100].

Схожої думки дотримується Л. Архипенко, зазначаючи, що престиж іншомовної лексеми, мода на запозичення з конкретної мови та прагнення до евфемізації – це зовнішні причини появи іншомовної лексики, що належать до соціально-психологічних, які визначають конкретні лінгвістичні тенденції [2, с. 59-62]. До того ж науковиця вказує, що ці соціально-психологічні причини «... часто призводять до невинуватених запозичень і до засмічення мови, яка запозичує» [2,с.59-62]. Вона також додає, що до екстралінгвальних причин появи іншомовної лексики, окрім соціально-психологічних, належать економічні, наукові, суспільно-політичні, культурні та культурно-побутові [2, с. 59-62].

Д. Мазурик стверджує, що суспільно-політичні зміни в Україні та її міжнародні відносини є ключовими чинниками оновлення лексичного фонду української мови, зокрема словами іншомовного походження [27, с. 4-6].

Крім того, зараз, під час воєнного стану в Україні, у період кардинальних зрушень у всіх сферах суспільства, сучасні засоби масової інформації не тільки виконують роль інформатора про актуальні події, а й мають значний вплив на свідомість реципієнта. Для здійснення впливу на аудиторію сучасні масмедіа використовують певний набір мовних одиниць, і все частіше тут функціонує іншомовна лексика, поява якої пов'язана саме з наведеними вище екстралінгвальними причинами [22, с. 191].

Варто додати, що вплив екстралінгвальних чинників на розвиток масмедійної комунікації, зокрема поява іншомовної лексики, «особливо яскраво проявляється в періоди соціальних зрушень» [22, с. 51], які зараз переживає Україна.

Г. Гітчингс стверджує, що запозичення слів відбувається або через їхню яскравість та ефективність, або через необхідність дотримання етикету чи технічної точності, або через вплив моди [41, с. 12].

На думку Т. Полякової, до екстралінгвальних чинників появи запозичень належать:

- 1) новаторство нації в певній галузі діяльності;
- 2) мовний снобізм або мода на іншомовну лексику;
- 3) міжнародні відносини;
- 4) білінгвізм;
- 5) престиж мови-джерела, що пов'язаний з політичним авторитетом країни;
- 6) вжиття заходів щодо мовної політики [30, с. 6].

Н. Босак та В. Печерська стверджують, що до зовнішніх чинників появи іншомовної лексики належать такі фактори, як:

- 1) культурні та економічні зв'язки між Україною та іншими державами;
- 2) використання іншомовних слів для демонстрування освіченості чи неординарності у зв'язку з тим, що реципієнти сприймають запозичення як більш наукове, престижне та милозвучне слово;
- 3) надання словам іншомовного походження престижнішого статусу, ніж українським, і експресія його новизни привертає увагу, акцентуючи на високому рівні поінформованості мовця;
- 4) використання іншомовної лексеми для модернізації тексту [5, с. 43-45].

На думку О. Стишова, на появу іншомовної лексики в мові масмедіа України впливають такі позамовні фактори:

- 1) демократизація суспільства;
- 2) відміна цензури [35, с. 21-22];
- 3) глобалізація;
- 4) посилення міжнародних відносин країни в економічній, політичній, науковій, спортивній та туристичній сферах;
- 5) активна інтернетизація суспільства;
- 6) поступове зростання кількості громадян країни, що володіють іноземною мовою;
- 7) посилення мовної та міжкультурної комунікації;

- 8) прагнення до оригінальності та новизни висловлювання [36, с. 121];
- 9) практична потреба в мовному самовираженні;
- 10) мода на конкретні слова;
- 11) пошук сучасних засобів вираження [35, с. 21-22].

Як стверджує О. Стишов, основним завданням іншомовних лексем у масмедійних текстах є підвищення емоційності, експресивності, образності, влучності вислову на фоні журналістських стандартів та штампів з метою залучити реципієнта до запропонованого журналістом/автором тексту, матеріал якого матиме вплив на нього [36, с. 121].

М. Бондар наголошує, що до екстралінгвальних факторів появи іншомовної лексики належать:

- 1) вербальні особливості текстів, які пов'язані з індивідуальними характеристиками автора, зокрема з освітою, місцем проживання (Україна чи за кордоном), прагненням продемонструвати свою обізнаність, намаганнями бути епатажним та неординарним;

- 2) тематичні особливості тексту, наприклад, для відображення життя українських біженців;

- 3) потреба в мовній характеристиці учасника комунікації, тобто вживання іншомовної лексики, яка характерна для мовлення молоді, військових, феміністок тощо [4, с. 8].

Н. Гудима, спираючись на низку опрацьованих лінгвістичних досліджень, виокремила такі позамовні чинники появи запозичень:

- 1) розвиток соціально-економічних відносин;
- 2) політичні зв'язки між Україною та іншими країнами, що суттєво посилюються через процес глобалізації [9, с. 314];
- 3) «вплив стилю життя інших країн» [12, с. 6];
- 4) мода на вживання іншомовних слів;
- 5) естетичні погляди мовців;
- 6) досягнення іноземних держав у певних галузях діяльності;
- 7) обмін культурними цінностями;

- 8) знання багатьох мов [9, с. 314];
- 9) «престиж іноземних мов»[12, с. 6];
- 10) стереотипні уявлення мовця про іноземні держави, зокрема про США, Німеччину, Італію, Францію, Великобританію тощо;
- 11) демонстрування освіченості чи оригінальності за допомогою використання іншомовних слів [9, с. 314].

Зокрема, мода та естетичні вподобання «відіграють істотну роль серед позамовних чинників, що сприяють появі запозичень (гламур, дрес-код, імідж, мейкап, смайл та ін.)» [12, с. 6-7].

С. Караванський теж стверджує, що поява та активне вживання іншомовних слів у масмедійних текстах часто пов'язано не з потребою у спілкуванні, а бажанням показати себе модною та освіченою особистістю [18, с. 60].

Варто додати, що, крім вищеназваних екстралінгвальних чинників появи іншомовної лексики у медійних текстах, важливим фактором є російська збройна агресія проти України, що розпочалася ще 2014 року, і триває дотепер як повномасштабне вторгнення на територію нашої держави. Мілітаризація суспільства активізувала в українській мові пласт іншомовної військової лексики на позначення різних термінів і понять. Тож будь-які зміни, події, процеси, незалежно від їхнього позитивного або негативного впливу на Україну, зокрема на українське суспільство, залишаються чинником для появи нових іншомовних слів у медіа [9, с. 134-135].

Щодо питання основних причин появи іншомовних слів у масмедійній комунікації, то можна зазначити, що вчені дотримуються досить схожих поглядів, доповнюючи їх тільки певними аспектами. У цьому контексті варто згадати таких науковців, як Л. Архипенко, Н. Гудиму та О. Стишова, що чітко вказують найбільш умотивовані екстралінгвальні причини появи запозичень у медійних текстах.

Отже, вживання іншомовної лексики в медійній мові насамперед обумовлено низкою соціальних, політичних, економічних, військових,

міжнародних факторів, а також варто виокремити такі важливі чинники, як: інтелектуалізація мови, мода на іншомовні слова та престиж і/або перевага іноземної мови в певній галузі.

## **1.2. Класифікація іншомовної лексики в контексті сучасних лінгвістичних досліджень**

У лексичному складі української мови є чимало запозичень з індоєвропейських та неіндоєвропейських мов [37, с. 109]. Слова, засвоєні з індоєвропейських та неіндоєвропейських мов, поповнюють словниковий склад української мови [15, с. 47].

Варто зазначити, що іншомовні слова є одним з істотних джерел збагачення словникового складу української мови, що роблять її виразнішою та гнучкішою [37, с. 121].

Крім того, мова медіа характеризується розмитістю своїх кордонів, тематичною різноманітністю та широким спектром вживання, тому для систематизування мовного матеріалу в цьому дослідженні варто з'ясувати класифікацію іншомовної лексики в контексті сучасних лінгвістичних досліджень.

У лінгвістиці розробляються та використовуються різноманітні класифікації іншомовної лексики. Однак питання класифікації іншомовної лексики є досить дискусійним, оскільки диференціація запозичень може проводитися на основі різноманітних критеріїв, і лінгвісти під час вивчення іншомовної лексики по-різному розв'язують питання їх класифікації, і ця розбіжність передусім полягає у виборі критерію для класифікації [7, с. 23-24].

Досить часто класифікаційними критеріями поділу іншомовної лексики на групи є «період запозичення, мова-джерело запозичення та галузь/сфера вживання запозичення» [7, с. 25].

Час фіксування іншомовної лексеми в мові-реципієнті й період запозичення тісно пов'язаний із мовою-джерелом запозичення, оскільки

запозичення з певної мови часто відбувається під час конкретних етапів розвитку мови-реципієнта [7, с. 25].

За галуззю вживання іншомовної лексики можна класифікаційно виокремити дві основні групи:

- 1) загальнорозмовна;
- 2) професійна лексика (термінологія) [7, с. 25-26].

Варто додати, що поділ професійної лексики здійснюється відповідно до наявних класифікацій у термінознавстві, наприклад, спортивна, науково-технічна та інша термінологія [7, с. 26].

До того ж засвоюватися можуть як цілі слова чи словосполучення, так і окремі їхні компоненти (морфеми, семантика чи структура), тому серед них треба розрізняти:

а) ті, що виникли через пряме запозичення, і такими є слова та словосполучення;

б) ті, що проникли через посередництво слів, і у такий спосіб запозичуються іншомовні морфеми;

в) ті, що з'явилися у мові через семантичне чи структурне калькування [37, с. 121].

Тому в сучасному мовознавстві поширеною є класифікація іншомовної лексики, що ґрунтується на характері матеріалу запозичення, за допомогою якої розрізняють два основних різновиди запозичень:

1) пряме запозичення – це запозичення як матеріальної форми (звукової чи графічної), так і лексичного значення слова-прототипу з іншої мови;

2) калькування – це запозичення лише або лексичного значення, або семантичної структури іншомовної лексеми [7, с. 26; 34, с. 12].

До того ж лексичне калькування, на думку Ю. Жлуктенко, є типовою формою інтерференції на подальших етапах взаємодії мовних систем, особливо коли значна кількість громадян настільки добре засвоїла другу мову, що це

призвело до автоматичного перенесення її моделі на систему рідної мови, і тому зазнавати калькувань можуть лексичні одиниці різного рівня складності:

- 1) слова;
- 2) словосполучення;
- 3) фразеологізми [14, с. 120-121].

До того ж Ю. Жлуктенко виокремлює за способом відтворення структури моделі такі підтипи лексичних кальок:

1) власне кальки, що точно передають всі елементи іншомовної моделі, а також серед них розрізняють:

а) синтаксичні кальки, що характеризуються незвичним сполученням слів;

б) кальки-розширення, для яких характерне розширення значення одного чи декількох елементів;

2) кальки-тлумачення, у структурі яких враховується тільки вказівка на лексичне значення іншомовного слова;

3) кальки-утворення – це зовсім нові моделі, що виникають з метою передати певне значення, що має окремий термін у мові-реципієнті;

4) напівкальки (змішане або гібридне запозичення), що виникають внаслідок змішування двох видів інтерференції, а саме: перенесення та калькування (копіювання загальної структури слова та перенесення його загального значення) [14, с. 119].

На думку І. Кочан, класифікувати іншомовні слова варто на такі дві групи:

1) слова, що входять без особливих змін до нашої мови;

2) слова, що адаптувалися до нашої мови, отримавши національну афіксацію або приєднавшись до українських слів так, що вже не вважаються запозиченими [20, с. 15].

О. Мороховський зазначає, що до мови-реципієнта запозичуються не слова, а засоби, що підлягають модифікації за допомогою системи навичок,

складеної у мові [28, с. 21]. Тому мовознавець розглядає такі основні види запозичень:

1) запозичена навичка або модель мовленнєвого акту, застосована до засобів мови-реципієнта, а також модифікує їх, і водночас під запозиченням навичок ідеться саме про запозичення засобів;

2) запозичені засоби, модифіковані системою навичок мови-реципієнта, тобто запозичення засобів не є передумовою запозичення моделей їх застосування [28, с. 21].

На думку А. Олійник, у складі іншомовних слів варто розрізняти:

1) матеріальні запозичення – сприйняття мовою-реципієнтом не лише значення слова, а й матеріального компонента, а також серед них розрізняють:

а) «чисте» запозичення;

б) інтернаціональна лексема;

2) перекладні кальки, що поділяються на:

а) структурні кальки – слова, що формуються внаслідок поморфемного перекладу;

б) семантичні кальки – слова, що отримують певне семантичне значення під впливом мови-донора;

3) напівкальки – слова-гібриди, у яких перший елемент запозичується матеріально, а другий – зазнає калькування [29, с. 6].

До того ж варто зазначити, що в цій класифікації А. Олійник робить особливий акцент на інтернаціональних лексемах як окремого виду запозичень [29, с. 6-7].

Однак необхідно також зауважити, що співвідношення між інтернаціоналізмами та запозиченнями по-різному трактують мовознавці у своїх дослідженнях [7; 19; 29;39; 38], тобто або розглядають інтернаціональні лексеми як складову частину запозичень, або виступають проти такого ототожнення.

Крім того, А. Олійник розмежовує терміни «інтернаціоналізм» та «інтернаціональна лексика», зазначаючи, що інтернаціоналізм – це досить

широке поняття, яке рідко збігається з терміном «інтернаціональна лексема», оскільки інтернаціоналізм хоч онтологічно й пов'язаний із запозиченням, але водночас його варто розглядати не в діяхронічному аспекті, а в синхронічному [29, с. 6-7].

Л. Гончаренко, спираючись на низку опрацьованих лінгвістичних досліджень, визначила такі основні види іншомовної лексики, як:

1) прями (матеріальні) запозичення, серед яких розрізняють певні підвиди:

- a) лексичне запозичення;
- b) запозичення матеріального складу слова;

2) калькування, де розрізняють такі підвиди:

- a) перекладна калька;
- b) напівкалька;
- c) калька-тлумачення;
- d) калька-утворення;

3) мішане запозичення;

4) екзотизм;

5) іншомовне вкраплення або варваризм;

6) інтернаціональна лексема [7, с. 31].

До того ж мовознавиця Л. Гончаренко також запропонувала поділити запозичену лексику 21 століття на такі дві групи:

1) запозичене слово, що зберігає свою фонетичну та морфологічну структуру;

2) семантичне запозичення [7, с. 32].

Проте варто додати, що обидві групи є досить неоднорідними за своїм складом, оскільки містять слова різного ступеня асиміляції та інтеграції в мові-реципієнта [7, с. 32-33].

На думку Х. Бусмана, треба класифікувати запозичення сучасної епохи на такі різновиди:

1) запозичення-термін;

- 2) калька;
- 3) інтернаціоналізм;
- 4) новоутворення [39, с. 215].

Німецький лінгвіст Е. Гауген виділяє за критерієм неасимільованих чи частково асимільованих слів три основні типи іншомовних слів:

1) власне запозичені слова, що не мають морфологічної заміни, тобто повністю відтворюють іншомовну модель слова;

2) запозичення-гібриди, або запозичені морфеми, тобто слова з частковою морфологічною заміною, що лише частково утворені з іншомовних компонентів;

3) кальки, або семантичні запозичення, тобто слова з повною морфологічною заміною, що зберігають тільки значення прототипу [40, с. 57, 210-231].

Згідно з класифікацією А. Марті, виокремлюються такі види іншомовної лексики за ступенем її засвоєння мовою-реципієнтом, як:

- 1) запозичене слово, що засвоєне іншою лексичною системою;
- 2) іншомовне слово, що частково засвоєне;
- 3) чуже слово, яке абсолютно не засвоєне мовою-реципієнтом [42, с. 45].

На думку Є. Ріхтера, для класифікації іншомовних слів варто враховувати такі критерії як форму та значення запозичення, і водночас зважати на ступінь освоєння їх у мові, тому він виокремлює такі типи:

- 1) запозичення і чужої форми, і чужого значення;
- 2) запозичення лише чужої форми для позначення власного поняття;
- 3) запозичення лише чужого значення в іншій, різноманітній, зазвичай, рідній формі, своєрідне калькування [42, с. 53, 86].

Варто подати класифікацію іншомовної лексики у складі української мови з погляду її походження, тобто за генетичним критерієм, за яким можна виділити такі типи запозичень:

- 1) старослов'янізми, успадковані від старослов'янської мови, сформованої на ґрунті македонських говорів давньоболгарської мови;

- 2) запозичення з російської, білоруської та інших слов'янських мов (чеська, болгарська, сербська);
- 3) грецизми;
- 4) слова латинського походження;
- 5) тюркізми;
- 6) запозичення з німецької мови, зокрема слова старогерманського походження;
- 7) слова французького походження;
- 8) запозичення з англійської мови;
- 9) запозичення з інших мов західноєвропейського походження, зокрема італійського, голландського, іспанського, португальського, ісландського, румунського, угорського, норвезького, балтійського тощо;
- 10) арабізми;
- 11) запозичення з іранської групи мов [16, с. 40-54].

Н. В. Гудима запропонувала класифікацію основних типів іншомовних слів, спираючись на низку опрацьованих лінгвістичних досліджень, а саме:

- 1) доволі давні запозичення, що засвоєні мовою-реципієнтом настільки, що вже зникло відчуття щодо їх іншомовного походження, до того ж ці слова належать до часто вживаних та мають багато похідних;
- 2) слова суто іншомовного походження, що часто вживаються у мовленні, а також виходять за межі сфери професійного вжитку та стають із часом загальномовними одиницями мови-реципієнта;
- 3) варваризми, тобто рідковживані слова іншомовного походження, що можуть бути легко замінені питомою лексикою мови-реципієнта, а також вони застосовуються у фаховому спілкуванні, але практично відсутні у побутовій мові;
- 4) інтернаціоналізми, або міжнародні слова – це слова, вживані не менше ніж у трьох споріднених мовах [10, с. 74].

На думку Л. Булаховського, класифікувати іншомовні слова варто на такі дві категорії, як:

1) запозичення з іншомовної мови слова разом із позначуваним ним поняттям, і як зауважує дослідник, ця категорія вважається більш побутовою, відображаючи зміни у взаємовідносинах народів/держав;

2) штучне запозичення, що базується на мовному джерелі, що втратило живий ґрунт та свою активність, і як зауважує дослідник, ця категорія переважно належить до таких сфер, як наука, мистецтво, організація суспільства тощо, тобто до того, що досить швидко зазнає інтернаціоналізації, і тому штучне запозичення використовується для міжнародного обміну/спілкування, не маючи водночас семантичного відтінку того мовного ґрунту, з якого було розпочато його світовий обіг [6, с. 469-470].

Варто додати, що одним із критеріїв класифікацій слів іншомовного походження у медіатекстах є поділ запозичень на групи за сферою вживання. І основним принципом розподілу іншомовних слів на групи відповідно до певної сфери вживання вважається функціонально-семантичний, що сприяє визначенню зв'язку мовної одиниці, зокрема конкретного, переважно однозначного іменника, з певною тематичною групою [7, с. 112]. Також додатковим принципом вважається контекстуальний, що дає змогу за контекстом визначити тематичну групи мовної одиниці, зокрема абстрактного іменника, багатозначного слова чи слова з широкою семантикою [7, с. 112-113].

Беручи до уваги ці принципи, іншомовні слова в медіатекстах можна класифікувати за такими сферами вживання чи тематичними групами, наприклад, як:

- 1) культурно-мистецька;
- 2) комп'ютерні технології;
- 3) економіка;
- 4) наука;
- 5) політика [7, с. 113].

Варто додати, що вищенаведений список можна як і розширювати для класифікації іншомовної лексики, так і звужувати.

Класифікуючи іншомовну лексику, потрібно врахувати як і формальні ознаки (асиміляція слів у мові-реципієнті), так і функціональні (використання слів у мові-реципієнті). Це дає змогу отримати більш повну картину впливу іншомовної лексики на мову-реципієнта і визначити різні аспекти її вживання та інтеграції в мові.

Отже, проникнення іншомовної лексики та використання її в мові-реципієнті постійно було і є суспільно значимим елементом поведінки мовців, оскільки саме словниковий склад мови першим реагує на контакт з іншою мовою, навіть короточасний та поверховий. Чужомовні елементи виникають у ньому безперешкодно. Тому лексика сучасної української мови є найпроникливішою ділянкою мови, і саме тому в лексиці відображені всі великі і навіть незначні події історії носіїв мови. До того ж іншомовні слова в лексичному складі сучасної української мови є досить неоднорідними як за походженням, так і за ступенем асиміляції в системі мови-реципієнта.

Тож у нашій роботі використовуватимемо такі класифікації іншомовної лексики, як: з погляду походження іншомовного слова, тобто за критерієм генетичної належності до мови-джерела; та за сферою вживання іншомовного слова, тобто за тематичними групами.

### **1.3. Структурно-семантична адаптація іншомовної лексики в масмедійній комунікації**

Процес адаптації іншомовної лексики в масмедійній комунікації є складним та багатогранним явищем, тому варто досліджувати його комплексно, враховуючи різноманітні аспекти функціонування запозичень у медіа.

Іншомовні слова у структурі мови-реципієнта мають різні ступені адаптації залежно від їх здатності асимілюватись у новій мовній ситуації.

Засвоєння слів іншомовного походження в новій лінгвістичній системі здійснюється на різноманітних рівнях графіки, фонетики, словотвору, морфології, семантики та стилістики [17, с. 60].

Варто зазначити, що «фонетичне та графічне осмислення має першочергове значення» [3, с. 122] для успішної асиміляції слів іншомовного походження, що призводить до втрати їх первинного вигляду.

Однак семантичний та словотвірний рівні вважаються вищими ступенями в еволюційному процесі адаптації іншомовних слів у мові-реципієнті, і саме підґрунтям для цього процесу є засвоєння запозичених лексем на рівнях графіки, фонетики та морфології [17, с. 60].

Варто зазначити, що семантична адаптація визначається як процес «входження іншомовної лексичної одиниці в лексико-семантичну систему мови-реципієнта, становлення та подальшу еволюцію значення на новому мовному ґрунті» [13, с. 27]. Під час переходу запозичення на новий мовний ґрунт відбувається пристосування не лише до фонеморфологічних рис мови-реципієнта, тобто трансформація зовнішньої форми, а й до нового лексико-семантичного оточення, яке здатне модифікувати семантичне значення та характер іншомовної одиниці, що сприяє появі нових нехарактерних раніше відтінків значення [13, с. 28]. Проте цей процес є взаємним, тобто запозичені слова також мають вплив на лексичну структуру мови-реципієнта, на утворення її антонімічних та синонімічних рядів [13, с. 28].

На думку О. Стишова, основними чинниками, що впливають на зміну значення слів, є такі:

- 1) неперервний розвиток мовної семантики у зв'язку з активним функціонуванням мови, зокрема пошук нових слів для номінації об'єктів та понять, а також виражально-образних засобів;
- 2) асоціативні, психологічні та ментальні закони сприйняття мови кожним народом, що має власну мовотворчість;
- 3) обумовленість мовлення конкретною ситуацією та взаємозв'язок слів у контексті;
- 4) активізація індивідуально-авторського мовлення;
- 5) пошук незвичайних поєднань слів [35, с. 209-211].

Варто зауважити, що зміни на рівні семантики мають характер двоплановості, тобто запозичене слово під час пристосування до чужої лексико-семантичної системи зазнає впливу від цієї ж системи, однак і сама ця система мови-реципієнта зазнає змін під впливом цього запозиченого слова, а також потрібно враховувати під час процесу семантичної адаптації у мові-реципієнті зміни на рівні семантики запозиченого слова в мовах-посередниках, що взяли участь у процесі запозичення слів [8, с. 10].

На думку С. Гриценко, під час засвоєння запозичення на рівні семантики відбуваються такі процеси, як:

- 1) збереження семантики запозиченого слова;
- 2) розширення чи звуження семантики запозичення [8, с. 10].

Структурна адаптація іншомовного слова визначається як процес модифікації його структурних елементів під час уведення у мовне середовище мови-реципієнта, тобто зміна граматичних, морфологічних чи фонетичних особливостей іншомовного слова з метою підпорядкування мовним нормам мови-реципієнта. Така адаптація сприяє інтеграції іншомовних слів в новій мовній системі, а також дає змогу носіям цієї мови зрозуміти їх.

Тому структурно-семантична адаптація є досить довготривалим та складним процесом, і через це варто проаналізувати основні етапи адаптації запозиченої лексики.

О. Лисенко визначає таких три етапи в процесі запозичення, як:

- 1) входження – це період змін іншомовного слова під час його входження у мову-реципієнт;
- 2) освоєння – це трансформації, що відбуваються під час подальшого використання запозичення у новій системі мови;
- 3) укорінення – це процес, під час якого запозичене слово повністю підпорядковується нормам нової системи мови [25, с. 6].

На думку В. Сімонок, варто виокремлювати таких три етапи асиміляції іншомовної лексики:

I етап – проникнення, тобто епізодична поява іншомовного слова, яке зберігає свою іншомовну форму та належить до мовної картини світу мови-донора;

II етап – використання запозиченого слова різними групами мовного колективу, а також поступове входження у лексичну систему мови-реципієнта, його часте використання, хоча й досі сприймається як чуже;

III етап – повне підпорядкування запозиченого слова законам мови-реципієнта, а також уже воно вже не сприймається як чуже [33, с. 29-31].

Л. Архипенко, класифікуючи ознаки асимільованості запозичення, виокремлює таких три етапи адаптація, як:

- 1) початковий;
- 2) поглиблений;
- 3) повне освоєння [2, с. 6-7].

До того ж кожен з етапів має конкретний перелік диференційних ознак запозичення, що охоплюють всі рівні мовної системи, а саме:

- 1) фонетичний, зокрема графіка та орфоепія;
- 2) лексико-семантичний;
- 3) морфологічний, зокрема словотвір;
- 4) семантичний;
- 5) комунікативний (мовленнєвий) [2, с. 6-7].

З вищенаведених рівнів мовної системи варто детальніше розглянути лексико-семантичний та морфологічний, зокрема словотвір.

На думку Л. Архипенко, оцінка ступеня освоєння іншомовної одиниці на лексико-семантичному рівні вимагає урахування диференційних ознак на трьох етапах адаптації, а саме:

- 1) початковий, для якого характерним є:

а) поступова втрата стилістичного відтінку варваризмом або екзотизмом, і це обумовлено тим, що всі іншомовні слова, потрапляючи до мови-реципієнта, проходять певну стадію екзотизму або варваризму, тому що

відбувається запозичення понять та реалій характерних лише для країни мови-джерела, і щоб вони стали «своїми» потрібні час, чинники та причини;

b) неозначеність межі значення;

c) тлумачення значення слова, що подається розгорнутим реченням у дужках;

d) вживання у мові-реципієнті двох однакових за значенням слів, з яких одне – запозичене, а інше – власне, якому надається перевага над запозиченим;

2) поглиблений, для якого характерним є:

a) трансформація нейтрального екзотизму на запозичене слово;

b) відсутність тлумачення запозиченої лексеми у дужках;

c) чітка межа значення;

d) відсутність синоніма, що складається з одного слова (не завжди);

e) можливість семантичного дублета під час кількісної переваги запозиченої лексеми над власною;

f) зміна стилістичного забарвлення слова;

3) повне освоєння, для якого характерним є:

a) зникнення зі вжитку рідної лексеми, відсутність дублета запозиченої та власної лексеми;

b) набуття запозиченою лексемою нового значення (пряме або переносне), відсутнього у мові-джерелі [2, с. 6-8].

Л. Архипенко також визначила ступінь освоєння іншомовної одиниці на морфологічному та словотвірному рівні з урахуванням диференційних ознак на трьох етапах адаптації, а саме:

1) початковий, для якого характерним є:

a) несталість структури запозичення;

b) зміна морфемної структури іншомовного слова у мові-реципієнті, що призводить або до формування одного слова зі словосполучення, або до злиття частин складного слова, яке пишеться через дефіс у мові-донорі;

с) створення нової лексеми внаслідок переходу в іншу частину мови без використання афіксів;

2) поглиблений, для якого характерним є:

а) акцент на однакових елементах у запозичених словах, які об'єднані схожістю кінцевих компонентів;

б) подальше формування кінцевих компонентів як нових суфіксоїдів, іноді навіть суфіксів;

3) повне освоєння, для якого характерним є:

а) стабілізація структури запозичення на рівні морфеміки та словотвору;

б) участь запозиченого слова у словотворенні за допомогою продуктивних суфіксів мови-реципієнта;

с) формування складних слів на базі запозичених та корінних слів;

д) фіксування правопису складних слів [2, с. 6-8].

Варто додати, що Л. Архипенко також зазначає, якщо іншомовна лексема характеризується ознаками поглибленого етапу чи етапу повного освоєння, то вона має потенціал до закріплення у мові-реципієнта, а також може вважатися доцільним запозиченням [2, с. 7-8].

Варто також додати, що у структурі значення запозичення виокремлюють таких два рівні структурно-семантичних зміни:

1) «на рівні семантичної структури лексеми» [17, с. 60], і на цьому рівні згідно з семантичною структурою запозиченого слова в мові-реципієнті та його етимомом у мові-донорі вирізняють такі типи, як:

а) однозначна лексична одиниця, яка співвідноситься з однозначним етимомом;

б) однозначна лексема, яка співвідноситься лише з одним із значень багатозначного етимона, оскільки під час процесу запозичення багатозначного слова семантична структура переважно зазнає спрощення;

с) багатозначна лексична одиниця, яка співвідноситься з однозначним етимомом у мові-донорі, тобто поява похідних значень на ґрунті семантичної системи мови-реципієнта;

d) багатозначна лексема, що співвідноситься з багатозначним етимомом у мові-донорі [17, с. 60-61];

2) «на рівні семантичної структури лексичного значення лексико-семантичного варіанту (ЛСВ)» [17, с. 60] спостерігаються такі зміни, як:

a) розширення лексичного значення;

b) звуження лексичного значення, і цей процес характеризується найбільшою частотою під час входження запозиченої лексики у мову-реципієнта;

с) перенос лексичного значення, і цей процес переважно відбувається за конкретними моделями, властивими мові-реципієнту [17, с. 62].

Варто зауважити, що семантично засвоєні лексеми складають певний шар словникового складу української мови і активно взаємодіють у процесі словотворення, який можна вважати глибинним рівнем асиміляції запозичених лексем [17, с. 62].

Залежно від їх валентних ознак запозичення можна класифікувати на:

1) лексему, що має високий ступінь словотвірної валентності, тобто така, що утворила в мові-реципієнті понад десять різноманітних похідних, що відрізняються за граматичною та семантичною структурою;

2) лексему, що має середній ступінь словотвірної валентності (до десяти похідних);

3) лексему, що має низький ступінь словотвірної валентності, тобто така, що утворила у мові-реципієнті від одного до трьох похідних, а також така лексема має обмежену кількість дериватів, але водночас такі лексеми на рівні семантики є асимільованими, оскільки мають змогу реалізовувати власні словотвірні потенції за моделями мови-реципієнта;

4) лексему, що має нульовий ступінь словотвірної валентності, тобто така лексема взагалі не має похідних та обмежено вживається у мовленні [17, с. 62-64].

З вищеподаного матеріалу можна сказати, запозичені слова в українській мові зазнають змін на всіх структурно-семантичних рівнях: від окремої лексеми до лексико-семантичного варіанту, а від лексико-семантичного варіанту до семи.

Отже, структурно-семантична адаптація іншомовної лексики в масмедійній комунікації є складним процесом, під час якого потрібно враховувати внутрішньомовні закони асиміляції, взаємодію між мовами та прагматичне значення запозиченого слова. Засвоєння ж іншомовних лексем відбувається в декілька етапів, кожен з яких характеризується певним переліком ознак адаптованості.

До того ж структурно-семантична адаптація запозичень у масмедійній комунікації вказує на сталу тенденцію до зміни значень іншомовних слів, що призводить до перебудови семантичної системи мови, зокрема відбуваються семантичні зрушення в словах, і це виявляється у сконденсованій номінації нових реалій та понять у мові-реципієнті, але водночас такі іншомовні слова є влучними, емоційно-образними та експресивними, що так важливо для масмедійних текстів.

### **Висновки до першого розділу**

Огляд наукової літератури дозволив визначити теоретичне підґрунтя для подальшого практичного аналізу, зокрема з'ясовано, що:

1) на появу іншомовної лексики в медіа впливають насамперед екстралінгвальні чинники (соціальні, політичні, економічні, військові, міжнародні), серед яких варто виокремити такі: мода на іншомовні слова та престиж і/або перевага іноземної мови у певній галузі;

2) класифікація іншомовної лексики є різноманітною, але було з'ясовано, що варто класифікувати запозичення за генетичною належністю до мови-джерела та за тематичними групами;

3) структурно-семантична адаптація іншомовної лексики в масмедійній комунікації є складним процесом, який відбувається переважно в декілька етапів, кожен з яких характеризується певним переліком диференційних ознак адаптованості, а також структурно-семантично адаптовані іншомовні слова в мові-реципієнті набувають влучності, емоційно-образного вираження та експресивності, що так важливо для масмедійних текстів.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В НОВИННОМУ КОНТЕНТІ

### 2.1. Класифікація іншомовної лексики за тематичними групами (на прикладі українських новинних сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня»)

Аналіз фактичного матеріалу українських новинних сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня», які є досить популярними сьогодні й охоплюють велику читацьку аудиторію, дає змогу залежно від сфери вживання поділити іншомовну лексику на такі тематичні групи:

- 1) суспільно-політична лексика;
- 2) військова лексика;
- 3) фінансово-економічна лексика;
- 4) спортивна лексика;
- 5) інтернет-лексика;
- 6) культурно-мистецька лексика;
- 7) побутова (загальноповсякденна) лексика.

Нижче детально розглянуто кожну з названих груп.

#### 1. Суспільно-політична лексика

Лексема **саміт** походить з англійської мови від слова «summit» (СІСл) [45].

*«У другий день вільнюського **саміту** до країн "Групи семи" приєдналися й Скандинавські країни...»* (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **моніторинг** запозичена з англійської мови «monitoring», але походить від латинської у значенні «те, що контролює» (СІСл) [45].

*«За результатами **моніторингу** у п'яти громадах області робоча група виявила завищені ціни на торгах по ряду закупівель»* (СН, 16.03.2024) [50].

Лексема **волонтер** запозичено з французької мови «volontaire» у значенні «доброволець», що походить від латинської «voluntarius» (ЕСУМ) [44]. Від цієї лексеми утворено фемінітив **волонтерка**.

*«...компанія може не платити податки за донати, якщо волонтер, якому надсилаються кошти є у відповідному реєстрі»* (СН, 19.03.2024) [50]; *«14 березня знайшли її телефон, говорить волонтерка Ксенія Гриник...»* (СН, 15.03.2024) [50].

Лексема **програма** походить із грецької мови «πρόγραμμα», що означає «публічне розпорядження/указ» (СІСм) [46].

*«... у жовтні 2023 року відбувся перерозподіл субвенцій... за двома програмами...»* (СН, 13.03.2024) [50]; *«... частина Всеукраїнської програми ментального здоров'я...»* (СН, 15.03.2024) [50].

Лексема **процес** походить від латинського «prōcēssus» – «рух уперед» (ЕСУМ) [44].

*«Тепер девелопер може розпочинати процес залучення інвестицій...»* (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **гауляйтер** походить від німецького «gauleiter», утвореного від німецьких слів «gau» у значенні «округ» та «leiter» у значенні «керівник» (СІСл) [45].

*«Гауляйтер також підшукував кадри для виконання завдань російських військових...»* (СН, 18.03.2024)[50].

Лексема **рапорт** походить від французького «rapport», утвореного від французького дієслова «rapporter», що означає «приносити/повідомляти» (СІСм) [46].

*«...військовослужбовці подають рапорти»* (ДТ, 22.03.2024) [48].

Лексема **пандемія** походить від грецької мови «πανδημία», що означає «все населення» (СІСм) [46]. Лексема **COVID-19** не зазначана у СІСм, СІСл та ЕСУМ, проте можна дослідити, що це офіційно затверджена аббревіатура, що походить від англійських слів «corona virus disease 2019» у значенні «коронавірусна хвороба 2019».

«...пов'язані з **COVID-19** під час **пандемії**» (СН, 13.03.2024) [50];  
«...обмеження під час **пандемії COVID-19**...» (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **кордон** походить від французької мови «cordon» – «мотузка/розтягнуте розташування військ» (СІСм) [46]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **прикордонний**. Лексема **депутат** походить від латинського «dēputātus» у значенні «призначений/уповноважений» (ЕСУМ) [44].

«...спільно з **депутатами** зробили гарну новину для малих виробників, які торгують за **кордон**...» (ДТ, 26.03.2024) [48]; «Північна Корея запровадила жорсткі **прикордонні** обмеження...» (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **локдаун** не зазначена у СІСм, СІСл та ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить з англійської мови «lockdown», що означає «блокування». Лексема **дипломатичний** походить від слова «дипломатія», що запозичено з французької мови «diplomatie», але походить від грецького «δίπλωμα» у значенні «лист/документ»(СІСм) [46].

«**Пхеньян** прагне розширити свою **дипломатичну** взаємодію після **локдауну**...» (ДТ, 24.03.2024) [48];«...призупинивши **дипломатичні** обміни зі своїми основними союзниками...» (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **карантин** походить з італійської мови «quarantena» від вислову «quarantagiorni», що означає «сорок днів» (СІСм) [46]. Лексема **вірус** походить з латинської мови «virus», що означає «отрута» (СІСм) [46].

«З метою стримування поширення **вірусу** центр для біженців закрили на **карантин** на 21 день» (ДТ, 18.03.2024) [48].

Лексема **пропаганда** походить від латинської мови «propaganda», що означає «підлягати розповсюдженню» (СІСм) [46]. Похідним словом від цієї лексеми є іменник **пропагандист**.

«Активно працювала й російська**пропаганда**» (СН, 16.03.2024) [50]; «Це була повністю вигадана новина російськими **пропагандистами**» (СН, 04.02.2023) [50].

Лексема **шатдаун** не зазначена у СІСм, СІСл та ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить з англійської мови «shutdown», що означає «закриття»:

«...уникнення урядового *"шатдауну"*, що міг настати 20 січня» (СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **ветеран** походить від латинського «veteranus» у значенні «досвідчений» (СІСм) [46]:

«...*ветерани* російсько-української війни можуть отримати...» (СН, 10.03.2024) [50].

Лексема **леді** походить від англійського «lady» (СІСм) [46].

«...ініціативи *Першої леді* Олени Зеленської» (ДТ, 05.03.2024) [48].

Лексема **міграція** походить від латинського «migratio» у значенні «переселення» (СІСм) [46]. Похідним словом до цієї лексеми є іменник **мігрант**.

«...зворотна *міграція* є досить поширеною практикою: понад 50% *мігрантів* ... повертаються до своїх країн походження...» (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **мітинг** походить від англійського «meeting» у значенні «збори/засідання» (ЕСУМ) [44].

«...вийшли на *мітинг*, щоб привернути увагу до полонених...» (СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **парламент** запозичена з англійської мови «parliament», але походить від французького «parler» у значенні «говорити» (СІСм) [46].

«...відкликав з *парламенту*...» (СН, 20.03.2024) [50].

Лексема **адміністрація** походить від латинського «administratio» у значенні «керування/адміністрація» (ЕСУМ) [44].

«*Адміністрація* Байдена дала Ізраїлю...» (ДТ, 28.02.2024) [48].

Лексема **істеблїшмент** походить від англійського слова «establishment», утвореного від англійського дієслова «to establish» у значенні «зміцнювати/засновувати» (СІСм) [46]. Лексема **політичний** походить від

слова «політика», утвореного від грецького «політікá», що означає «державна діяльність» (СІСм)[46].

«...довго уникала **політичного істеблішменту**...» (СН, 03.02.2024) [50].

Лексема **кластер** походить від англійського слова «cluster» у значенні «скупчення» (СІСл) [45].

«**Закриття переговорів за кожним із кластерів** потребує ...підтримки всіх держав...»(ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **лідер** походить від англійського «leader», утвореного від англійського дієслова «tolead» у значенні «вести/керувати» (СІСм) [46].

Лексема **ранг** запозичена з німецької мови у значенні «rang» – «чин», але походить від французького «rang» у значенні «ряд» (СІСм) [46]:

«...четвертий за **рангом лідер** Китаю...» (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **прокуратура** запозичена з німецької мови «prokuratur», але походить від латинського «procurare» у значенні «піклуватися/керувати» (СІСм) [46].

«За даними **прокуратури**...»(СН, 23.03.2024) [50].

## 2. Військова лексика

Лексема **дрон** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови від слова «drone», що означає «джміль/трутень/безпілотний літак/дрон». Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **дроновий**:

«...відповідні кошти будуть спрямовані на закупівлю **дронів**, необхідних для захисників України на передовій» (СН, 18.03.2024) [50]; «...жителі написали майже 50 заяв про пошкоджені житлові будинки внаслідок російської **дронові** атаки» (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **ескалація** походить від англійської мови «escalation» – «поступове розширення» (СІСм) [46].

«...для виправдання військової **ескалації** проти України...» (ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема **атака** запозичена з німецької мови «*attácke*», але походить від французької *attaque*, що є безафіксним утворенням від дієслова «*attaquer*» у значенні «нападати/атакувати», що зводиться до італійського «*attaccare*», що означає «розпочинати (бій)» (ЕСУМ) [44]. Похідним словом від цієї лексеми є дієслово **атакувати**.

*«...жителі написали майже 50 заяв про пошкоджені житлові будинки внаслідок російської дронавої атаки»* (СН, 21.03.2024) [50]; *«Харківщина – один з регіонів, які найчастіше потрапляв під атаку...»* (СН, 04.02.2023) [50]; *«Хакери ГУР атакували сервер органів влади РФ...»* (СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **ракета** запозичено з німецької мови «*rakete*», що походить від італійського «*rocchetto*» (СІСм) [46]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник ракетний, за допомогою якого утворено складний прикметник **ракетно-артилерійський**, де друга основа артилерійський походить від слова «артилерія», що походить зі старофранцузької мови «*atillier*» у значенні «споряджати» (СІСм) [46]. Лексема **балістичний** походить від слова «балістика», утвореного від латинського «*ballista*» у значенні «машина для метання колод або каменів», що походить від грецького «*βάλλω*» – «кидаю» (ЕСУМ) [44]. Абревіатура **HIMARS** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що вона походить з англійської мови «**High Mobility Artillery Rocket System**», що перекладається як «високомобільна ракетно-артилерійська система».

*«Сили ППО збили над містом близько трьох десятків ракет, зокрема і балістичних...»* (СН, 21.03.2024) [50]; *«...навели на ворожу ціль вогонь HIMARS ракетно-артилерійського підрозділу Сил оборони»* (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **бомба** походить від італійського «*bomba*», спорідненого з латинським «*bombus*» у значенні «шум/дзижчання», що зводиться до грецького «*βόμβος*» – «гудіння» (ЕСУМ) [44]:

*«...про українську так звану "брудну бомбу"»* (СН, 09.03.2024) [50].

Лексема **пілот** запозичена з французької мови «pilote», але походить від грецького «πῆδωτης» у значенні «керманич» (СІСм) [46].

*«Я твердо переконаний, що тут готуватимуть військових **пілотів**...»* (ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема **бригада** походить від італійського «brigata» у значенні «товариство/загін» (СІСм) [46]:

*«...105 окремої **бригади** тероборони ЗСУ...»* (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **мобілізація** запозичена з французької «mobilisation», що походить від латинського «mobilis» у значенні «рухомий» (СІСм) [46]:

*«...якщо це вимагатиме ... **мобілізації** в Росії»* (ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема **гелікоптер** походить від грецьких слів «геліко...» – «ἑλιξ/ἑλικος» у значенні «спіраль/гвинт» і «...птер» – «πτερόν» у значенні «крило» (СІСм) [46].

*«Тут будуть постійно базуватися **гелікоптери** Сухопутних військ...»* (ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема «**Шахед**» не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що поняття походить з арабської мови «شاهد» у значенні «спостерігач/свідок»:

*«Через влучання "**Шахеда**"... в Одесі загинуло 12 людей»* (СН, 08.03.2024) [50].

### **3. Фінансово-економічна лексика**

Лексема **реєстр** запозичена з польської мови «rejestr», що походить від середньолатинської «regestrum» у значенні «реєстр/регістр» (ЕСУМ) [44]:

*«...компанія може не платити податки за донати, якщо волонтер, якому надсилаються кошти, є у відповідному **реєстрі**»* (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **тендер** походить з англійської мови «tender», що виникло з англійського «attender», що означає «те, що супроводжує» (ЕСУМ) [44].

Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **тендерний**:

*«Вперше **тендер** ... оголосили 24 жовтня 2023 року, але торги не відбулися»* (СН, 13.03.2024) [50]; *«Як йдеться у **тендерній** документації,*

замовником робіт виступає відділ освіти Борзнянської міськради...» (СН, 13.03.2024) [50].

Лексема **капітальний** запозичена із західноєвропейських мов, наприклад, німецькою «*karítal*» у значенні «капітальний/грунтовний», англійською «*capital*» у значенні «головний/основний/капітальний», що походить від латинської «*capitālis*», що означає «стосується голови/ видатний» (ЕСУМ) [44]:

*«Вперше тендер на капітальний ремонт школи та створення освітнього простору оголосили 24 жовтня 2023 року, але торги не відбулися»*(СН, 13.03.2024) [50].

Лексема **документація** походить від слова документ, запозиченого з латинської мови «*documentum*» у значенні «доказ/приклад» (ЕСУМ) [44]:

*«Як йдеться у тендерній документації, замовником робіт виступає відділ освіти Борзнянської міськради...»* (СН, 13.03.2024) [50].

Лексема **субвенція** походить від латинської мови «*subvenio*», що означає «прийти на допомогу» (СІСМ) [46]:

*«Нагадаємо, що у жовтні 2023 року відбувся перерозподіл субвенцій з держбюджету...»*(СН, 13.03.2024) [50].

Лексема **інвестиція** запозичена з німецької мови «*investition*», але походить від латинського «*investio*» у значенні «одягати» (СІСМ) [46]. Похідними словами від цієї лексеми є прикметник **інвестиційний**:

*«...може розпочинати процес залучення інвестицій...»* (ДТ, 19.03.2024)[48]; *«...відбувся перерозподіл субвенцій з держбюджету від Європейського інвестиційного банку для відбудови Чернігівщини...»*(СН, 13.03.2024) [50].

Лексема **банк** запозичена з німецької «*bank*» або французької мови «*banque*» у значенні «банк», але походять від італійської «*banca/banco*» у значенні «лава/стіл міняйла/банк», що зводиться до германських мов «*bank*», що означає «лава» (ЕСУМ) [44]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **банківський**:

«...відбувся перерозподіл субвенцій з держбюджету від Європейського інвестиційного банку...» (СН, 13.03.2024) [50]; «...увімкнули оплату банківською карткою...» (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **бюджет** походить від англійської мови «budget», що означає «гаманець скарбника» (ЕСУМ) [44]. Також за допомогою основоскладання утворено слово **держбюджет**:

«Торік **бюджет** клубу становив 8 мільйонів гривень...»(СН, 19.03.2024) [50]; «...відбувся перерозподіл субвенцій з **держбюджету**...» (СН, 13.03.2024) [50].

Термін **девелопер** не зазначений у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови «developer» у значенні «розробник». Лексема **євро** походить з грецької мови для позначення валюти країн ЄС (СІСл) [45]:

«Тепер **девелопер** може розпочинати процес залучення інвестицій, який оцінюється у 400 млн **євро**» (ДТ, 19.03.2024)[48].

Лексема **реалізація** походить від французького «realisation» (СІСм) [46]. Слово **проект** запозичено з німецької мови «projékt», що походить від латинського «prōjectus» у значенні «кинутий вперед» (ЕСУМ) [44].

«Термін **реалізації проекту** становитиме чотири роки» (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **фінансування** утворена від слова фінанси, яке запозичено з французької мови «finance», але походить від латинського «finantia» у значенні «держприбутки/фінанси» (ЕСУМ) [44]:

«...цьогогоріч **фінансування** буде більшим,— каже Сафроняк» (СН, 19.03.2024) [50]; «...Джо Байден підписав тимчасове продовження **фінансування**...» (СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **сайт** походить від англійського «website/site» (СІСл) [45]. Лексема **маркетплейс** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить від англійського «online market place or market place» у значенні «онлайн-ринок чи ринок/базар»:

*«...які торгують...через власний сайт або маркетплейс...»* (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **таргетований** утворена від слова «таргет» або «таргетинг», не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить з англійської мови «target», що означає «ціль»:

*«Він і досі активно таргетований...»* (СН, 04.03.2023) [50].

Лексема **кейс** не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить з англійської мови «case» у значенні «випадок/певна ситуація»:

*«З кейсів, які запам'яталися найбільше...»* (СН, 04.03.2023) [50]; *«...була першим успішним кейсом повноцінної співпраці...»* (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **танкер** походить з англійської мови «tanker» (СІСм) [46]:

*«Під обмеження водночас потрапили 14 танкерів...»* (СН, 22.03.2024) [50].

Лексема **брокер** походить з англійської мови «broker» (СІСм) [46]:

*«...самостійно, без брокера і абсолютно безкоштовно»* (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **грант** не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить з англійської мови «grant» у значенні «дар/пожертва»:

*«Після отримання гранту отримувач зобов'язаний працевлаштувати найманих працівників»*(ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема **бренд** походить від англійського «brand» у значенні «товарний знак» (СІСл) [45]:

*«Українці під час покупок обирають дешевші бренди»* (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **інвестор** запозичена з англійської мови «investor», але походить від латинського «investo» у значенні «одягати, наділяти» (СІСм) [46].

*«...приносить користь для інвесторів...»* (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **валюта** запозичена з італійської мови «*valuta*», але походить від латинського «*valeo*» у значенні «коштувати» (СІСМ) [46]. Лексема **ресурси** запозичена з французької мови «*ressources*», але походить від латинського «*resurgo*» у значенні «виникати знову» (СІСМ) [46]:

*«...причиною суттєвого зростання купівлі **валюти** може бути необхідність витратити **ресурси**...»* (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **резерв** походить від французького «*reserve*», але походить від латинського «*reservo*» у значенні «зберігаю»(СІСМ) [46]:

*«...необхідні **резерви** для придбання палива..»*(ДТ, 2.03.2024) [48].

Лексема **ваучер** не зазначена у СІСМ, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить від англійського «*voucher*» у значенні «письмова гарантія». Лексема **професія** походить від латинського«*professio*» у значенні«спеціальність/офіційне заняття» (СІСМ) [46]:

*«можуть отримати **ваучер** на навчання за однією із понад ста **професій**...»*(СН, 10.03.2024) [50].

Лексема **долар** запозичена з англійської мови «*dollar*» для позначення грошової одиниці США та інших країн (СІСМ) [46]:

*«...кожен **долар**, пожертвований на підтримку України...»*(СН, 20.03.2024) [50].

Лексема **конфіскація** походить від латинського «*confisco*» у значенні «конфіскувати/обертати в казну» (ЕСУМ) [44]. Лексема **актив** походить від латинського «*activus*» у значенні «діяльний» (СІСМ) [46]. Лексема **олігарх** походить від слова «олігархія», утвореного від грецького «*ολιγαρχία*», що означає «влада небагатьох» (СІСМ) [46]:

*«...**конфіскація активів** ... **олігарха** Олега Дерипаски...»* (ДТ, 24.03.2024) [48].

Лексема **санкція** походить від латинського слова «*sanctio*», що означає «непорушна постанова» (СІСМ) [46]:

*«після введення **санкцій**...»* (ДТ, 29.03.2024) [48].

Лексема **ембарго** походить від іспанського «embargo» у значенні «заборона/накладення арешту» (СІСм) [46]:

«...передбачено ... **ембарго** для РФ» (СН, 22.03.2024) [50].

Лексема **компенсація** походить від латинського «compensatio» у значенні «винагорода, урівноваження» (СІСм) [46]:

«...подавати відповідні заяви для **компенсацій**...» (СН, 22.03.2024) [50].

Лексема **коворкінг** не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить від англійського «coworking» у значенні «спільно працювати». Лексема **майстерня** походить від слова «майстер», запозиченого з німецької мови «méister», що походить від латинського «magister» у значенні «учитель/керівник» (ЕСУМ) [44]. Лексема **бізнес** походить від англійського «business» у значенні «справа/біржова операція/комерція» (СІСм) [46]. Лексема **релокований** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить від слова «релокація», утвореного від англійського «relocation» у значенні «переміщення»:

«...у Житомирі ... створять ... **коворкінг та виробничу майстерню для бізнесів, які вже діють або релоковані**...»(СН, 14.03.2024) [50].

Лексема **рекрутинг** походить від слова «рекрут», утвореного від французького «recrute» у значенні «новобранець»(ЕСУМ) [44]. Похідними від цієї лексеми є іменник **рекрутерка** та прикметник **рекрутинговий**:

«За словами **рекрутерки**...»(СН, 21.02.2024) [50]; «**Центр рекрутингу**... працював...»(СН, 21.02.2024) [50]; «...в **рекрутинговому центрі** розглядає...»(СН, 21.02.2024) [50].

Лексема **касація** походить від латинського «cassatio» у значенні «скасування/знищення» (СІСм) [46]. Лексема **претензія** запозичена з французького «pretention», але від латинського «praetendo» у значенні «виправдовуватись» (СІСм) [46]. Лексема **менеджмент** походить від англійського «management» у значенні «управління» (СІСм) [46].

«**Касація підтвердила претензії ... до менеджменту**...» (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **лоукостер** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить від англійського вислову «lowcost» у значенні «низька ціна»:

«... а також *лоукостери*»(ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **результат** запозичена з французької мови «résultat», що походить від латинського «resultātum» у значенні «те, що відскочило» (ЕСУМ) [44]:

«За *результатами* моніторингу ... робоча група виявила завищені ціни на *торгах...*» (СН, 16.03.2024) [50]; «...щоб показати якісь *результати* перед виборами...» (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **ціль** походить із середньовісньонімецької мови «zil», у сучасній німецькій мові – «ziel» (ЕСУМ) [44]. Лексема **інфраструктура** походить від латинських слів «infra» у значенні «нижче/під» та «structure» у значенні «побудова/розташування», утвореного від латинського дієслова «struo» у значенні «будую/зводжу» (СІСм) [46]:

«Головна *ціль* ДРГ — знищення *інфраструктури*, підривні роботи»(СН, 19.03.2024) [50].

#### 4. Спортивна лексика

Лексема **турнір** запозичена з німецької мови «turnier», але походить від старофранцузької «tournei» (СІСм) [46]. Похідним словом від цієї лексеми є іменник **мінітурнір**, утворений за допомогою іншомовного компонента міні-, що походить від англійської мови «mini» (ЕСУМ) [44]:

«...вони почали ще один *благодійний спортивний турнір...*» (СН, 04.04.2024) [50]; «..поборотися за *путівку в мінітурнірі* стикових поєдинків...» (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **трибуна** запозичена з італійської мови «tribuna», але походить від латинської мови «tribunal» – «підвищення» (СІСм) [46]:

«Зокрема, *трибун*, роздягалок та *вбиралень*» (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **стадіон** походить від грецького «στάδιον» у значенні «місце для змагання» (СІСм) [46]:

«...вона може змінюватись через ремонт на **стадіоні**» (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **клуб** походить від англійського «club» у значенні «палиця/товариство/клуб» (ЕСУМ) [44]:

«...наразі назвати точну суму президент **клубу** не може...»(СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **тренер** походить від англійського слова «trainer», утвореного від англійського дієслово «to train» у значенні «виховувати/навчати» (СІСм) [46]. Похідним словом від цієї лексеми є складний іменник **фітнес-тренер**, де слово «фітнес» походить від англійського слова «fitness», утвореного від англійського дієслова «to fit» (СІСл) [45]:

«Головний **тренер** команди Карло Анчелотті анонсував...» (СН, 19.03.2024) [50]; «Настя була **фітнес-тренером**» (СН, 08.03.2024) [50].

Лексема **голкипер** походить від англійського слова «goal-keeper», утвореного від англійських слів «goal» у значенні «ворота» та «keep» у значенні «тримати/захищати» (СІСм) [46]. Лексема **матч** походить від англійської мови «match» у значенні «змагання/пара» (СІСм) [46]. Лексема **плей-оф** походить від англійських слів «play» у значенні «грати» і «off» у значенні «поза» (СІСл) [45].

«...розраховує на **голкипера** після міжнародної перерви на **матчі** збірних» (СН, 19.03.2024) [50]; «...відбудеться фінальний **матч** **плей-оф**...» (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **фітнес-трекер** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва утворена поєднанням двох іменників, що походять з англійської мови «fitness» і «tracker»:

«...давала їм завдання, тиждень виписувати по **фітнес-трекеру**, скільки в них триває глибокий сон» (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **спорт** запозичена з англійської мови «sport» (СІСм) [46]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **спортивний**:

«Вона дуже любить **спорт**, вона енергійна, дуже **спортивна**»(СН, 08.03.2024) [50].

Лексема **гол** походить від англійського слова «goal» у значенні «ворота/мета» (СІСм) [46]. Лексема **тайм** походить від англійського слова «time» у значенні «час» (СІСм) [46]:

*«Команда Сергія Реброва пропустила гол на початку другого тайму...»*(ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **хет-трик** не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить з англійської мови «hat trick» у значенні «три забиті м'ячі одним гравцем протягом матчу»:

*«...хет-трик оформив Альберт Гюдмюндссон з "Дженоа"»* (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **раунд** походить від англійського «round» у значенні «коло/круг» (СІСм) [46]:

*«...особливо якщо це вимагатиме чергового раунду...»* (ДТ, 25.03.2024) [48].

## 5. Інтернет-лексика

Лексема **коментар** походить від латинського «commentarium» у значенні «записки/тлумачення» (СІСм) [46]. Лексема **лайк** не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить від англійського «to like» у значенні «сподобатися». Похідним словом до цієї лексеми є дієслова **лайкати**. Лексеми **пост** та **репост** не зазначені у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слова походять з англійської мови «post» та «repost» відповідно. Лексеми **публікувати/опублікувати** походять від слова «публікація», утвореного від латинського «publico» у значенні «оголошувати всенародно» (СІСм) [46].

*«...до підрахунку коментарів, лайків та репостів»* (ДТ, 11.03.2024) [48]; *«...він публікував чи лайкав пости...»* (ДТ, 11.03.2024) [48]; *«...Сили спецоперацій опублікували...»* (ДТ, 26.03.2024) [48].

Лексема **онлайн** не зазначена у СІСм, СІСл і ЕСУМ, проте можна дослідити, що слово походить від англійської мови «online» у значенні «на лінії/у мережі»:

«У нас є близько 25 тисяч вчителів, які не мають доступу до дітей онлайн...» (ДТ, 25.02.2024) [48].

Слово **платформа** походить з французької мови «plate-forme», що буквально означає «плоска форма» (СІСм) [46]:

«поради фахівців **платформи** «Дія.Безбар'єрність», які допоможуть батькам...» (ДТ, 05.03.2024) [48].

Лексема **хакер** походить від англійського «tohack» у значенні «рубати» (СІСл) [45]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **хакерський**. Лексема **сервер** походить від англійського «server» (СІСм) [46]:

«**Хакери** ГУР атакували **сервер**...» (СН, 23.03.2024) [50]; «...заявив, що **хакерська** група...»(СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **акаунт** походить від англійського «account» у значенні «рахунок» (СІСл) [45].

«...поширив через власний **акаунт** у забороненій соцмережі...» (СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **контент-мейкер** утворена поєднанням двох іменників, що походять з англійської мови «content» у значенні «зміст/вміст» і «maker» у значенні «творець» (СІСл) [45]:

«...**контент-мейкери** можуть намалювати...» (СН, 21.03.2024) [50].

## 6. Культурно-мистецька лексика

Лексема **лонгліст** не зазначена у ЕСУМ, СІСл і СІСм, проте можна дослідити, що слово походить від англійської мови «longlist» у значенні «довгий список». Лексема **премія** походить від латинського «praemium» у значенні «нагорода» (ЕСУМ) [44]. Лексема **номінація** походить латинського «nominatio», утвореного від «nominare» у значенні «називати» (СІСм) [46]:

«**Стрічка** ... потрапила до **лонгліста премії** у двох **номінаціях**...» (ДТ, 06.01.2024) [48].

Лексема **фільм** походить від англійського «film» у значенні «плівка» (СІСм) [46]:

«У Тернополі влаштували показ документального **фільму...**»(СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **актор** походить від латинського «actor» у значенні «виконавець/актор» (ЕСУМ) [44]. Лексема **прем'єра** походить від французького «première» у значенні «прем'єра/перша» (ЕСУМ) [44]. Лексема **театр** запозичена з французької мови «théâtre», але походить від грецького «θέατρον» у значенні «місце для видовищ» (ЕСУМ) [44]:

«**Актори** готують **прем'єру** до Міжнародного дня **театру...**» (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **продюсер** запозичена з англійської мови «producer», що походить від латинського «producere» у значенні «виробляти» (СІСМ) [46]. Лексема **продакшн-студія** утворена поєднанням двох іменників, де «продакшн» походить від англійського «production» у значенні «створення», а «студія» запозичено з італійського «studio», але походить від латинського «studeo» у значенні «старанно вивчаю» (ЕСУМ) [44]:

«...працював **продюсером** низки **продакшн-студій...**» (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **дизайн** походить від англійського «design» у значенні «проекувати/креслити/проект/рисунок» (СІСМ) [46]:

«**Більш доступними стають ... мистецтво та дизайн**» (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **персонаж** запозичена з французької мови «personnage», але походить від латинського «persona» у значенні «особа» (СІСМ) [46]. Лексема **рецензія** походить від латинського «recensio» у значенні «розгляд» (СІСМ) [46]. Лексема **ландшафт** походить від німецької мови «landschaft» у значенні «місцевість» (СІСМ) [46]:

«...намалювати книжкового **персонажа** для **рецензії** або показати **ландшафт...**» (СН, 21.03.2024) [50].

## 7. Побутова (загальноживана) лексика

Лексема **донат** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови від слова «donate», що пов'язано з іменником «donation» у значенні «дар/пожертва». Похідним словом від цієї лексеми є дієслово **донатити** (від англійської «todonate» у значенні «пожертвувати»).

*«Відвідувачка виставки Лариса Бондаренко прийшла ... **задонатити** для ЗСУ»* (СН, 06.03.2024) [50]; *«компанія може не платити податки за **донати**...»* (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **будинок** запозичена з польської мови «budynek», проте походить від середньовісньонімецької мови \*būding у значенні «будування» (ЕСУМ) [44]:

*«...жителі написали майже 50 заяв про пошкоджені житлові **будинки**...»* (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **ремонт** походить із французької мови «remonte», що означає «заміна чи повторне спорядження коней» та «ремонт» (ЕСУМ) [44]:

*«Вперше тендер на капітальний **ремонт** школи та створення освітнього простору оголосили 24 жовтня 2023 року, але торги не відбулися»*(СН, 13.03.2024) [50]; *«...вона може змінюватись через **ремонт**...»*(СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **термін** походить від латинського «terminus» у значенні «межа/кінець»(ЕСУМ) [44].

*«**Термін** реалізації проекту становитиме чотири роки»* (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **анонсувати** походить від слова «анонс», запозичене з французької мови «annonse» у значенні «оголошення» (СІСм) [46].

*«Головний тренер команди Карло Анчелотті **анонсував**...»* (СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **шанс** від французького «chance» у значенні «удача/випадковість» (СІСм) [46]. Лексема **блекаут** не зазначена у ЕСУМ,

СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить від англійського «black out» у значенні «затемнення»:

«...отримали **шанс** поборотися за путівку...» (ДТ, 26.03.2024) [48]; «Росія не позбавить себе **шансу** створити **блекаут**...» (ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема **концепція** походить від латинського «conceptio» у значенні «сприйняття» (СІСм) [46]. Лексема **аеропорт** походить від давньогрецького «αἴρος» у значенні «повітря» (СІСл) [45]. Лексема **пасажир** походить від французького «passager» (СІСл) [45], а похідним словом від цієї лексеми є прикметник **пасажирський**. Лексема **термінал** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить від англійського «terminal»:

«...пояснювали складні наукові **концепції**...» (СН, 13.03.2024) [50]; «**Концепція** майбутнього **аеропорту** передбачатиме **пасажирський термінал** площею 30 тис. кв. м, здатний обслуговувати 6,5 млн **пасажирів**...» (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **маршрут** походить від німецького складного слова «marschroute», утвореного з двох запозичених слів з французької мови «marche» у значенні «ходіння» та «route» у значенні «шлях» (ЕСУМ) [44]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **маршрутний**. Лексема **таксі** запозичена з французької мови «taxi», але походить від латинського «taxo» у значенні «оцінювати» (ЕСУМ) [44]. Лексема **траса** запозичена з німецької мови «trasse», що походить від латинського «tractus» у значенні «смуга/напрямок» (ЕСУМ) [44]:

«...на всіх **маршрутах**...» (СН, 19.03.2024) [50]; «...перекривши **маршрути**...» (ДТ, 24.03.2024) [48]. «На місці ДТП з **маршрутним таксі**, яка сталася 17 березня на **трасі** під Дніпром, працюють правоохоронці» (СН, 18.03.2024) [50].

Лексема **фейк** походить від англійської мови «fake», що означає «підробка» (СІСл) [45]. Лексема **маніпуляція** походить з французької мови «manipulation» (СІСм) [46]. Лексема **меседж** походить від англійської мови «message» у значенні «повідомлення» (СІСл) [45]. Лексема **інтерпретація**

походить від латинського слова «interpretatio», утвореного від латинського дієслова «interpretar» у значенні «роз'яснювати/перекладати» (СІСм) [46]:

*«...поширювала **фейк...**»* (СН, 09.03.2024) [50]; *«За допомогою **фейків, інтерпретацій та маніпуляцій** створюються і наповнюються **меседжі**»* (СН, 21.03.2024) [50].

Лексема **наркотики** походить з грецької мови (СІСл) [45]. Лексема **рандомний** походить від слова «рандом», яке не зазначене у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що поняття запозичене з англійської мови «random» у значенні «випадковий». Лексема **тестування** походить від слова «тест», утвореного від англійського «test» у значенні «випробування» (СІСм) [46]:

*«...Маск вживав **наркотики...**»* (ДТ, 19.03.2024) [48]; *«...погодився на **рандомне тестування на наркотики**»* (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **девайс** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови від слова «device» у значенні «пристрій»:

*«...через відсутність персонального **девайсу...**»* (ДТ, 25.02.2024) [48].

Лексема **гаджет** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови «gadget». Лексема **телефон** походить із французької мови «téléphone» (ЕСУМ) [44].

*«14 березня знайшли її **телефон ... гаджет** вцілів під завалами»* (СН, 15.03.2024) [50].

Лексема **воркшоп** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови «workshop» у значенні «робоча майстерня»:

*«Такий **воркшоп** — це частина...»* (СН, 15.03.2024) [50].

Лексема **хаб** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить з англійської мови «hub» у значенні «центр діяльності»:

*«Чорнобильську зону на Київщині хочуть перетворити... на науковий **хаб**»* (СН, 18.03.2024) [50].

Лексема **дайджест** походить від англійського «digest» у значенні «короткий виклад» (СІСл) [45]:

«...у **дайджесті** "Несеться"» (СН, 23.03.2024) [50].

Лексема **тренд** походить від англійського «trend» у значенні «напрямок/тенденція» (СІСм) [46]:

«Україна задає **тренд**...»(СН, 06.03.2024) [50].

Лексема **дедлайн** не зазначена у ЕСУМ, СІСл та СІСм, проте можна дослідити, що назва походить від англійського «deadline» у значенні «мертва лінія»:

«**Дедлайн** був 15 березня...»(СН, 19.03.2024) [50].

Лексема **курага** запозичена з кумицької мови «kurägä/kuraga» у значенні «сушені абрикоси», що зводиться до тюркських мов \*kūr у значенні «сухий» (ЕСУМ) [44]. Лексема **родзинки** запозичена з німецької мови «rosíne» у значенні «ізіум», але походить від французького «raisin» у значенні «виноград», яке зводиться до латинського «rasēmus» у значенні «виноградне гроно» (ЕСУМ) [44]. Лексема **чипси** походить від англійського «chips», утвореного від англійського слова «chip» у значенні «тріска» (СІСм) [46]. Лексема **банан** запозичена з французької мови «banane», але походить з африканської мови баконго (ЕСУМ) [44]:

«За ці кошти закупили **курагу, родзинки та чипси з бананів**» (СН, 03.02.2024) [50].

Лексема **відео** походить від латинського «video» у значенні «дивлюсь/бачу» (СІСл) [45]. Лексема **інтерв'ю** походить від англійського «interview» у значенні «зустріч/співбесіда»(СІСл) [45]. Похідним словом від цих двох лексем є іменник **відеоінтерв'ю**:

«...**відео**, на якому видно...» (ДТ, 26.03.2024) [48]; «Про це заявив ... Анджей Дуда в **інтерв'ю**...» (СН, 20.03.2024) [50]; «Ілон Маск у **відеоінтерв'ю**... заявив...» (ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **категорія** походить від грецької мови «κατηγορία» у значенні «обвинувачення/ознака» (СІСм) [46]:

*«...працюватимуть з усіма **категоріями**...»*(ДТ, 19.03.2024) [48].

Лексема **фото** запозичена із західноєвропейських мов, зокрема з німецької, англійської або французької мов «photo», що виникло в журналістиці у першій половині ХХ століття внаслідок усічення слова «photograph» у значенні «фотографія/знімок», але загалом перша частина слова «фотографія», а саме слово «фото» походить від грецького «φως/φωτός» у значенні «світло» (ЕСУМ) [44]. Лексема **адреса** запозичена з німецької мови «adresse», але походить від французького «adresse» у значенні «адреса», що зводиться до латинських слів «ad» у значенні «при-/до-» та «dresser» у значенні «підіймати/ставити» (ЕСУМ) [44]:

*«...кажуть, що кожна містить не лише **фото, адресу**...»* (ДТ, 11.03.2024).

Лексема **момент** запозичена з німецької мови «moment», але походить від латинського «momentum» у значенні «мить/момент/рушійна сила» (ЕСУМ) [44]. Лексема **символічний** походить від слова «символ», утвореного від грецького «σύμβολον» у значенні «знак/прикмета/сигнал/символ» (ЕСУМ) [44]:

*«Цей **момент** є важливим з кількох причин, тому що це **символічний момент**...»* (ДТ, 25.03.2024) [48].

Лексема **дилема** походить від грецького «δίλημμα» у значенні «подвійний засновок» (СІСМ) [46]. Лексема **сенс** походить від латинського «sensus» у значенні «смысл» (СІСМ) [46]:

*«Такі цілі на межі двох країн складні у **сенсі дилеми** – збивати чи ні»* (ДТ, 24.03.2024) [48].

До того ж варто зауважити, що на українських новинних сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» вживаються іншомовні власні назви, і, зазвичай, це назви географічних об'єктів (*США, Данія, Фінляндія, Ісландія, Норвегія та Швеція, Пхеньян, Дагестан, Польща, Вроцлав, Китай, Ізраїль* тощо) та імена й прізвища (*Ілон Маск, Джо Байден, Карло Анчелотті, Анджей Дуда, Альберт Гюдмюндссон* тощо).

Крім того, на новинних сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» практикують не перекладати власні назви, запозичені з іноземних мов, особливо з англійської. Тому досить часто назви подають в оригіналі латиницею, тобто зазвичай англійською, наприклад:

1) покликання на джерело: «...пише *Reuters*...», «...зазначає *Financial Times*...», «...повідомляє *The Economist*...», «...повідомляє *Bloomberg*...»; «...зазначає *The New York Times*...»; «...повідомляє *CBS News*...»; «...як вказує *WP*...», «...у *Wall Street Journal* йшлося...»; «...пише *The Guardian*...»; «...пише видання *The Washington Post*...» тощо [48; 50];

2) назви компаній, підприємств чи організацій, такі, як *Tesla*, *Avant Airports*, *Gradus Research*, *Space X*, "*Cozy Bear*" тощо [48; 50];

3) назви сайтів чи маркетплейсів: *Etsy*, *Amazon*, *eBay*, *Shopify*, *Ukraine Conflict Monitor* тощо [48; 50].

Варто сказати, що це може створити певні перешкоди як для прочитання, так і розуміння контенту особами, що не володіють англійською мовою.

Також на новинних сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» нерідко використовують паралельне написання іншомовних назв західної зброї як кирилицею, так і латиницею, зокрема англійською, наприклад: «Шахед»/Shahed; «Ф-16»/F-16; «Хаймарс»/HIMARS; «Таурус»/TAURUS тощо [48; 50]. Загалом широке вживання та неунормованість назв зброї пов'язано з екстралінгвальними чинниками, а саме з тим, що в Україні триває війна проти росії, тому ця лексика є живою, актуальною та такою, яка постійно зазнає змін.

Варто згадати, що вживання іншомовних слів за наявності власне українського еквівалента є невмотивованим, наприклад, у таких лексемах, як кейс, дедлайн, лайк, пост, репост, менеджмент, голкіпер тощо, оскільки вони мають відповідні власне українські еквіваленти: випадок, реченець, вподобайка, допис, поширення, управління, воротар, тому краще віддавати перевагу українським словам, які милозвучніші та зрозуміліші українцям, а також не витісняють питому лексику.

Варто зацентувати увагу і на надуживанні іншомовної лексики сучасною журналістикою, оскільки журналісти часто надають перевагу іншомовному еквіваленту, і через це новина іноді стає перенасиченою запозиченнями і втрачає основні характеристики медійного стилю: простоту викладу та зрозумілість пересічному читачеві. Проте більшість запозичень, які використовуються на новинних сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня», уже настільки вкорінилися в сучасному українському медійному середовищі, що з легкістю витіснили власне українські лексеми, ставши загальновідомими та зрозумілими.

Отже, на сучасних українських новинних сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» функціонують запозичення здебільшого греко-латинського та англійського походження, що пов'язано із міжкультурною комунікацією та глобалізаційними процесами, тобто це відбувається через інтенсивні контакти з міжнародними спільнотами та поширенням англійської мови як мови міжнародного спілкування.

Нині серед тематичних груп актуалізувалася військова лексика, що пояснюється такими екстралінгвальними факторами, як воєнний стан у країні, мілітаризація суспільства та співпраця з іншими країнами у військових галузях.

Суспільно-політична та фінансова-економічна лексика є найбільш насиченою іншомовними словами, що теж пов'язано з екстралінгвальними чинниками, оскільки активна участь України в міжнародних договорах, економічних угодах та політичних ініціативах між країнами не тільки розширює її можливості на світовій арені, але й впливає на мовну сферу, створюючи сприятливі умови для активного використання іншомовних термінів та виразів, сприяючи розвитку міжкультурного діалогу.

Із поширенням інтернету та розвитком комп'ютерних технологій активно поповнюється іншомовними лексемами й інтернет-лексика, яка активно впливає на мовну практику сучасних інтернет-користувачів. До того ж інтернет як глобальний майданчик спілкування сприяє активному поширенню іноземних

термінів, формуючи нову мовну реальність, що відображає потреби та реалії сучасного світу, які згодом переходять у побутову (загальноживану) лексику.

## 2.2. Функції іншомовних лексем у новинному контенті

Українські новинні сайти «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» охоплюють масмедійні тексти, які відображають актуальні суспільно-політичні, військові, економічні, побутові, спортивні та інші новини; повідомляють про явища та події, які відбуваються в інших сферах суспільного життя, насамперед: науковій, освітній, культурній, для висвітлення яких у новинному контенті часто використовуються іншомовні слова. Щоб встановити причини такого активного вживання іншомовних одиниць, доцільно з'ясувати функціональні особливості та комунікативно-прагматичний потенціал запозиченої лексики.

Проведений аналіз свідчить про те, що іншомовні лексеми в різних тематичних групах виконують свої функції, зокрема: експресивну функцію у медійних текстах, присвячених сфері культури та мистецтва; номінативну, інформативну та емоційно-оцінну функції – у текстах на економічну, політичну та військову тематику. Варто зазначити, що основною функцією запозичень у медіатекстах є передача актуальної інформації з метою оперативного повідомлення про події та емоційного впливу на реципієнтів, наприклад:

1) у реченні *«Сили ППО збили над містом близько трьох десятків ракет, зокрема і балістичних...»* (СН, 21.03.2024) [50] вживання іншомовних лексем «ракета» і «балістичний» допомагає сповістити громадськість про подію, що впливає на їхню безпеку та стабільність, а також спонукає до певної реакції (страх/радість/гордість/злість до ворога);

2) у реченнях *«У Тернополі влаштували показ документального фільму...»* (СН, 21.03.2024) [50] та *«Актори готують прем'єру до Міжнародного дня театру...»* (СН, 21.03.2024) [50] за допомогою всім відомим і загальноживаним іншомовним словам «фільм», «актори»,

«прем'єра», «театр» висвітлюється інформація про культурні заходи й події, які відбуваються в нашій країні попри воєнний стан, і відповідно це позитивно впливає на читацьку аудиторію, яку імпліцитно запрошують відвідати їх;

3) у реченні *«Харківщина – один із регіонів, який найчастіше потрапляв під атаку...»* (СН, 04.02.2023) [50] вживання іншомовної лексеми «атака» сприяє висвітленню актуальної інформації про регіон, який часто стає об'єктом воєнних атак, що формує свідомість про поточну ситуацію в країні, а також сприяє активізації уваги суспільства та реакції на події.

Номінативна функція є не менш важливою, оскільки використання запозичень у новинному контенті виступає засобом його структурно-семантичної організації та змістовної цілісності. Для того, щоб реципієнт міг розібратися як у складних політичних, економічних проблемах і воєнних подіях, так і в культурно-мистецькому житті, необхідно добирати влучну лексику для логічного та лаконічного передавання інформації, що є важливим складником номінативної функції, наприклад:

1) у реченні *«Вперше тендер на капітальний ремонт школи та створення освітнього простору оголосили 24 жовтня 2023 року, але торги не відбулися»* (СН, 13.03.2024) [50] іншомовна одиниця «тендер» вживається для найменування конкурентного способу розміщення заявки на закупівлю товарів та виконання робіт;

2) у реченні *«У другий день вільнюського саміту до країн "Групи семи" приєдналася й Скандинавські країни...»* (СН, 19.03.2024) [47] іншомовне слово «саміт»у значенні «зустріч лідерів країн» використовується для опису міжнародних подій, що допомагає реципієнтові краще розібратися в контексті;

3) у реченні *«...відповідні кошти будуть спрямовані на закупівлю дронів, необхідних для захисників України на передовій»*(СН, 18.03.2024) [50] іншомовна лексема «дрон» вживається для найменування безпілотного літального апарату, який сьогодні вкрай важливий для захисту нашої держави;

4) у реченні «...працював **продюсером** низки **продакшн-студій**...» (СН, 21.03.2024) [50] іншомовні лексеми виконують номінативну функцію як назви професії (продюсер) та типу студій (продакш-студія).

Іноді у медіатекстах сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» зміст запозиченого слова не зовсім зрозумілий читачеві, якщо той необізнаний у сфері, в якій це слово функціонує. Наприклад, у реченнях «...довго уникала політичного **істеблішменту**...» (СН, 03.02.2024) [50] та «...уникнення урядового **"шатдауну"**, що міг настати 20 січня» (СН, 23.03.2024) [50] поняття «істеблішмент» у значенні «верхівка влади/політична еліта» та «шатдаун» у значенні «призупинення роботи уряду через нестачу фінансування у США» малозрозумілі пересічним читачам, необізнаних у сфері політики, тому в таких випадках краще або використовувати українські відповідники цих іншомовних понять, або пояснювати значення.

Серед функцій іншомовних одиниць на українських новинних сайтах «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» можна виокремити оцінно-експресивну. Оцінно-експресивна функція виражає авторські оцінки, емоції та ставлення до подій, явищ або осіб, наприклад:

1) у реченні «**Гауляйтер** також підшукував кадри для виконання завдань російських військових...» (СН, 18.03.2024) [50] іншомовна лексема «гауляйтер» викликає асоціації з нацистською Німеччиною та сприймається як негативна оцінка дій особи, яку вона характеризує, а також в цьому контексті виражає авторське ставлення до його діяльності;

2) у реченні «...розраховує на **голкипера** після міжнародної перерви на матчі збірних» (СН, 19.03.2024) [50] іншомовна одиниця «голкипер» надає експресивного відтінку, підкреслюючи позитивне ставлення до нього, а також надає тексту авторитету/солідності;

3) у реченні «Відвідувачка виставки Лариса Бондаренко прийшла ... **задонатити** для ЗСУ» (СН, 06.03.2024) [50] іншомовна лексема «задонатити» вказує на внесення благодійного внеску, і це відображає позитивне ставлення

автора до дії Лариси Бондаренко, підкреслюючи її громадянську активність та підтримку ЗСУ;

4) у реченні *«За допомогою **фейків, інтерпретацій та маніпуляцій** створюються і наповнюються **меседжі**»* (СН, 21.03.2024) [47] іншомовні слова «фейк», «інтерпретація», «маніпуляція» мають негативне забарвлення, вказуючи на недостовірність/спотворення фактів, а запозичення «меседж» у цьому контексті має відтінок оцінки, вказуючи на те, що інформація, яка поширюється за допомогою фейків, інтерпретацій та маніпуляцій, має приховане значення з метою маніпулювання аудиторією. Тобто в цьому реченні іншомовні лексеми виражають негативне ставлення автора до зазначених явищ, що відображає оцінно-експресивну функцію мови.

У новинному контенті сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» також важливою функцією є інформативна. Інформативна функція полягає у висвітленні об'єктивної інформації щодо актуальних подій, фактів або явищ, наприклад:

1) у реченні *«14 березня знайшли її **телефон**, говорить **волонтерка** **Ксенія Гриник...**»* (СН, 15.03.2024) [50] іншомовна одиниця «телефон» передає об'єктивну інформацію про знайдений предмет (телефон), а запозичення «волонтерка» вказує на особу (волонтерка), яка про це говорить;

2) у реченнях *«...пов'язані з **COVID-19** під час **пандемії**»* (СН, 13.03.2024) [50]; *«...обмеження під час **пандемії COVID-19...**»* (ДТ, 24.03.2024) [48] використання іншомовних слів «пандемія» та «COVID-19» надає медіатексту додаткову інформацію про події та процеси;

3) у реченнях *«**Пхеньян** прагне розширити свою **дипломатичну взаємодію після локдауну...**»* (ДТ, 24.03.2024) [48]; *«**Росія** не позбавить себе шансу створити **блекаут...**»* (ДТ, 25.03.2024) [48] іншомовні терміни «дипломатичний» «локдаун», «блекаут» вживаються для лаконічної передачі конкретних подій, які важко або неможливо точно передати за допомогою українських слів;

4) у реченні «*Стрічка ... потрапила до лонгліста премії у двох номінаціях...*» (ДТ, 06.01.2024) [48] іншомовні лексеми «лонгліст», «премія», «номінація» передають об'єктивну інформацію про те, що стрічка потрапила до довгого списку кандидатів на премію в двох категоріях, тобто ці терміни точно визначають конкретні етапи та аспекти участі в премії, надаючи чітку та конкретну інформацію.

Комунікативна функція іншомовної лексики в медіатекстах сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» спрямована на створення контексту для спілкування, наприклад, у реченні: «*...компанія може не платити податки за донати, якщо волонтер, якому надсилаються кошти, є у відповідному реєстрі*» (СН, 19.03.2024) [50] іншомовні лексеми «донати», «реєстр», «волонтер» використовуються для пояснення правових аспектів, пов'язаних з фінансовими операціями, тобто створюється специфічний фінансово-правовий контекст для аудиторії, яка цікавиться цим питанням, і це дозволяє ефективно спілкуватися з реципієнтами.

Функція висвітлення теми передбачає ясність і точність висловлювання. Ясність залежить як від інтелектуального рівня реципієнтів, так і від уміння знайти відповідну словесну форму, найбільш доступну і зрозумілу цій читацькій аудиторії. Точність висловлювання означає відповідність читацького сприйняття висловлювання авторському задуму. Критерій точності у мові масмедійних текстів перш за все визначається вмінням дібрати влучне, яскраве слово, яке органічно вливається у відповідний контекст. Таку функцію часто виконує саме Для іншомовної лексики. Наприклад, у реченнях «*Нагадаємо, що в жовтні 2023 року відбувся перерозподіл субвенцій з держбюджету від Європейського інвестиційного банку для відбудови Чернігівщини...*» (СН, 13.03.2024) [50]; «*Тепер девелопер може розпочинати процес залучення інвестицій, який оцінюється у 400 млн євро*» (ДТ, 19.03.2024) [48]; «*За результатами моніторингу у п'яти громадах області робоча група виявила завищені ціни на торгах по ряду закупівель*» (СН, 16.03.2024) [50]; «*У нас є близько 25 тисяч вчителів, які не мають доступу до дітей онлайн, через*

*відсутність персонального девайсу...»* (ДТ, 25.02.2024) [48] вживання цих іншомовних лексем (субвенція, інвестиція, банк, девелопер, євро, процес, моніторинг, онлайн, девайс) обумовлене тим, що запозичення чітко й точно передає потрібне значення.

Функція термінотворення також представлена у медійних текстах новинних сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» такими іншомовними словами, як: *локдаун, блекаут, дрон, продакшн-студія, фітнес-тренер, фітнес-трекер, контент-мейкер, онлайн, мінітурнір, відеоінтерв'ю* тощо.

У новинному контенті сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» можна виділити функцію зацікавлення читача, оскільки реципієнтів приваблює нове й незрозуміле, і саме іншомовні слова сприймаються носіями мови емоційно, як щось незвичне та інноваційне не тільки за своєю семантичною структурою, але й часто за формою та звучанням. Такі лексеми водночас виконують і функцію впливу на читача, наприклад, у реченнях *«Харківщина — один з регіонів, які найчастіше потрапляв під атаку російської пропаганди протягом минулого року. Він і досі активно таргетований російською дезінформацією»* (СН, 04.03.2023) [50] іншомовні лексеми «пропаганда», «таргетований» та «атака» викликають у читача певну емоцію, зацікавлення і бажання дочитати новину далі, щоб розібратися як із самими поняттями, так і зрозуміти, чому вжиті саме такі терміни, а до того ж поєднання слів «атака» та «пропаганда» у реченні надають медіатексту емоційного забарвлення, що підсилює реакцію реципієнта. Слово «таргетований» вжите в незвичній для себе сфері, що є ефективним способом залучення уваги аудиторії, тож ці лексеми також додають медіатексту напруженості та актуальності.

Варто виокремити функцію престижу з огляду на те, що суспільство на певному етапі свого розвитку має свою моду на відповідні запозичення. Сьогодні особливо актуалізувалися іншомовні слова з англійської мови. Вони виникають у молодіжному середовищі, сфері моди, реклами, професійних та культурних колах, наприклад:

1) у реченні «*Стрічка ... потрапила до лонгліста премії у двох номінаціях...*» (ДТ, 06.01.2024) [48] іншомовна одиниця «лонгліст» популярна у культурних колах, а також підкреслює престижність події;

2) у реченні «*...контент-мейкери можуть намалювати...*» (СН, 21.03.2024) [50] запозичення «контент-мейкер» стала популярною серед блогерів/інфлуенсерів, у медіа-середовищі, оскільки воно описує людей, що створюють вміст для інтернету, зокрема відео, блоги тощо, а вживання цього терміна додає престижу та сучасності;

3) у реченні «*Настя була фітнес-тренером*» (СН, 08.03.2024) [50] іншомовна лексема «фітнес-тренер» стала популярною як у професійному колі тренерів, так і здебільшого серед людей, що займаються спортом;

4) у реченні «*Такий воркшоп — це частина...*» (СН, 15.03.2024) [50] запозичення «воркшоп», що стало популярне серед молоді, надає події більш сучасний та елітарний характер, що також відображає престиж.

5) у реченнях «*...до підрахунку ...лайків та репостів*» (ДТ, 11.03.2024) [48]; «*...він ...лайкав пости...*» (ДТ, 11.03.2024) [48] вживання іншомовних термінів "лайки", "репости", «пости» демонструє знання технологічного виміру сучасного життя, що може сприйматися як ознака престижу.

Ці приклади ілюструють, що творці новинного медіаконтенту вдаються до вживання модних англіцизмів для підвищення престижу медіатекстів, а також з метою залучення уваги цільової аудиторії, зокрема молоді.

Важливим функціональним аспектом запозиченої лексики є лаконічність, до якої прагне медійне мовлення. Через науково-технічний прогрес, через війну в Україні та безперервне збільшення обсягу інформації щодня з'являється все більше нових понять і явищ, для позначення яких у сучасній українській мові ще не має відповідного терміна, тому іншомовна лексика дає змогу використовувати одне слово для називання цих складних процесів. Тож тут варто говорити про ще одну функцію, яку виконують запозичення, – функцію мовної компресії, оскільки вони виступають засобом стислого відтворення

інформації, тобто це мовна економія, за якої вживається мінімум мовних засобів для передавання максимального змісту медіатексту, наприклад:

1) у реченні «...якщо це вимагатиме ... мобілізації...» (ДТ, 25.03.2024) [48] запозичення «мобілізація» охоплює досить широке значення, що не можна передати одним словом в українській мові;

2) у реченні «...у Житомирі ... створюють ... **коворкінг**...» (СН, 14.03.2024) [50] іншомовна лексема «коворкінг» означає «спільний простір для роботи людей з різними видами зайнятості», що важко передати одним словом в українській мові;

3) у реченні «... а також **лоукостери**» (ДТ, 19.03.2024) [48] до запозичення «лоукостер» неможливо дібрати однослівний український відповідник для позначення цього поняття, а тільки з декількох «повітряний бюджетний перевізник» або «бюджетна авіалінія», де для пояснення також вживаються іншомовні слова.

Ці приклади, як бачимо, ілюструють той факт, що іншомовні слова часто спрощують, скорочують речення, лаконічно та зрозуміло відтворюють головну думку повідомлення.

Отже, запозичення в новинному контенті сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» виконують різноманітні функції, серед яких варто виокремити номінативну, інформативну, комунікативну, оцінно-експресивну, а також функції престижу, лаконізму, термінотворення, привертання уваги реципієнтів та впливу на нього.

Можна сказати, що запозичена лексика є невід'ємною складовою частиною мови сучасної української масмедійної комунікації. Це пов'язано із тим, що іншомовні слова надають медіатекстам динамічності, емоційності, експресивності, більш точно передають певні реалії, замінюючи велику кількість українських слів одним іншомовним відповідником, який до того ж є зрозумілим у міжнародному мовному середовищі.

## Висновки до другого розділу

Аналіз фактичного матеріалу сучасних українських новинних сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» дає змогу зробити такі висновки:

1) іншомовні лексеми, вжиті на цих сайтах, належать до таких основних тематичних груп: суспільно-політична; військова лексика; фінансово-економічна лексика; спортивна лексика; інтернет-лексика; культурно-мистецька лексика; побутова (загальноповсякденна) лексика.

2) нині серед тематичних груп актуалізувалася військова сфера, що пояснюється такими екстралінгвальними факторами: воєнним станом у країні, мілітаризацією суспільства, співпрацею з іншими країнами у військових сферах;

3) найбільш насиченою запозиченнями є суспільно-політична та фінансово-економічна лексика, що теж пов'язано з екстралінгвальними чинниками;

4) вживаються запозичення здебільшого греко-латинського та англійського походження, що пов'язано із глобалізацією;

5) іншомовні одиниці, вжиті на цих сайтах, виконують такі функції, як: інформативну, номінативну, комунікативну, оцінно-експресивну, а також іншомовні слова виступають засобом мовної компресії.

## **РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В МОВІ СОЦМЕРЕЖ**

### **3.1. Лексико-тематична та функціональна характеристика англіцизмів у блогах (на прикладі блогу Надії Дорофєєвої)**

Як відомо, Надія Дорофєєва – це відома українська співачка, інфлуенсерка. Вона веде особистий блог у соціальній мережі «Інстаграм», де її цільова аудиторія – підлітки та молодь, мовлення яких характеризується вживанням англіцизмів, тому і сама Надія Дорофєєва у своїх дописах в інстаграмі досить часто вживає слова англійського походження.

До того ж мові соцмереж, особливо «Інстаграму» як молодіжному додатку, притаманне домінування англіцизмів, тому аналіз саме англіцизмів у блозі Надії Дорофєєвої є важливим аспектом дослідження мовної динаміки та впливу медіа на мову підлітків та молоді. Це дає змогу охарактеризувати не тільки ідіостилю співачки та визначити загальні тенденції в молодіжному мовленні в українському соціокультурному контексті, а й продемонструвати вплив інтернет-культури та глобальних медійних трендів на сучасну комунікацію.

Фактичний матеріал, зібраний із блогу Надії Дорофєєвої, можна поділити залежно від сфери вживання на такі тематичні групи:

- 1) музична лексика;
- 2) молодіжний сленг;
- 3) військова лексика;
- 4) культурно-мистецька лексика;
- 5) фінансово-економічна лексика;
- 6) загальноновживана лексика.

Нижче детально розглянуто кожну з названих груп.

#### **1. Музична лексика**

Лексема **трек** походить від англійського «track» (СІСМ) [46]. Лексема **кліп** походить від англійського «clip»:

«**Трек і кліп** «А я все плакала» вже в мережі...» (НД, 18.04.2024) [49].

Лексема **тренд** походить від англійського «trend» у значенні «напрямок/тенденція» (СІСМ) [46]:

«Пісня ... вже місяць тримається у **трендах**...» (НД, 05.01.2024) [49].

Лексема **колаборація** походить від англійського «collaboration» у значенні «співпраця». Ця лексема зазнала скорочення – **колаб**:

«...смільві та стильні **колаборації**...» (НД, 16.04.2024) [49]; «...з нової **колаби**...» (НД, 12.03.2024) [49]; «такий у нас вийшов **колаб**...» (НД, 01.03.2024) [49].

Лексема **фіт** походить від англійського «feat»:

«...зроблю **фіт** з першим зустрічним»(НД, 01.04.2024) [49].

Лексема **сонграйт-сесія** утворена від англійського слова «songwriting» у значенні «написання пісень» та від латинського «sessio» у значенні «засідання» відповідно (СІСМ) [46]:

«Кожну **сонграйт-сесію** я починаю з рефлексії»(НД, 28.02.2024) [49].

Лексема **реалізувати** походить від англійського «to release» у значенні «випускати»:

«Хочеться одразу **зарелізувати**...»(НД, 28.02.2024) [49].

Лексема **демка** походить від англійського «demonstration» чи «demo»:

«Мій головний помічник ... по всіх питаннях: спілкування , робота ... відслуховування **демок**...»(НД, 24.11.2023) [49].

Лексема **інейри** походить від англійського «in-ear» у значенні «у вухах»:

«...нові **інейри** (важливі для того, щоб я добре чула на концерті себе...»(НД, 12.03.2024) [49].

## 2. Молодіжний сленг

Лексема **стрім/стрим** походить від англійського «stream» у значенні «потік/течія»:

«...зібрали вчора на благодійному **стрімі**» (НД, 18.04.2024) [49]; «4,2 млн **стрімів**...» (НД, 21.01.2024) [49].

Лексема **тизерити** походить від слова «тизер», утвореного від англійського «teaser»:

«Будем **тизерити** кліп» (НД, 17.04.2024) [49].

Лексема **топчарт** утворена поєднання двох слів, що походять з англійської мови «top» і «chart» відповідно.

«...трек досі в **топчарті**...»(НД, 21.01.2024) [49].

Лексеми **комент**, **лайк**, **пост**, **репост** походять від англійських слів«comment», «like», «post» та «repost» відповідно:

«Пишіть в **коментарях** під цим **постом**...» (НД, 18.03.2024) [49]; «За **лайкі репост** вам» (НД, 08.03.2024) [49].

Лексема **треш** походить від англійського «trash».

«...забуваємо робити в потоці того **трешу**, в якому перебуваємо» (НД, 26.03.2024) [49].

Лексема **тегнути** утворена від англійського «totag»:

«**Тегніть** друга» (НД, 18.03.2024) [49].

Лексема **вайб** походить від англійського «vibe»:

«...в ній пригнічений **вайб**...» (НД, 18.03.2024) [49].

Лексема **андеграунд** походить від англійського «underground» у значенні «підпільний/таємний»:

«...він настільки **андеграунд**...»(НД, 01.03.2024) [49].

Лексема **лінк** походить від англійського «link» у значенні «зв'язок/посилання».

«**Лінк** на квитки у шапці профілю» (НД, 08.02.2024) [49]; «**Лінк** на банку...» (НД, 15.12.2023) [49].

Лексема **мейк** походить від англійського «makeup» у значенні «макіяж»:

«...там я в розкішній червоній сукні, з гарним **мейком** і червоними губами...» (НД, 01.02.2024) [49].

Варваризми **coming soon**, **UPDATE** походять з англійської мови у значеннях «незабаром» та «оновлення» відповідно.

«Тооож *coming soon*» (НД, 28.02.2024) [49]; «**UPDATE**: концерт перенесено...»(НД, 02.11.2023) [49].

Лексема **хейт** походить від англійського «hate» у значенні «ненависть»:

«...«Хай пишуть» – афірмація проти *хейту*» (НД, 07.12.2023) [49].

Лексема **контент** походить від англійського «content» у значенні «зміст» (СІСл) [45]. Лексема **зум** походить від англійського «zoom», що використовується у двох значеннях: 1) зміна фокусної відстані об'єктива камери; 2) відеоконференція/онлайн-зустріч у програмі «Zoom»:

«Мій головний помічник ... по всіх питаннях: спілкування , робота, *зуми*, *контент*...»(НД, 24.11.2023) [49]; «...а які фото будуть, зацініть *зум*...» (НД, 24.12.2023) [49].

Варваризм **аплікейшн** походить від англійського «application» у значенні «застосунок»:

«А які ваші улюблені *аплікейшн*?»(НД, 24.11.2023) [49].

Лексема **апсайклінг** походить від англійського «upcycling» у значенні «переробка/повторне використання», а також на позначення цієї лексеми вживається варваризм англійського походження **upcycling**. Крім того, вживається словосполучення англійських слів *upcycling project* – це варваризм у значенні «проект переробки». Лексема **метч** походить від англійського «match» у значенні «збіг/підходити»:

«...підтримую *апсайклінг*– тут повний *метч*» (НД, 12.03.2024) [49]; «...спідниця з 90-х– *upcycling project*...» (НД, 12.03.2024)[49].

Варваризм **gift box** походить з англійської мови у значенні «подарункова коробка» та «оновлення» відповідно:

«...1 шанс виграти *gift box*» (НД, 08.03.2024) [49].

### 3. Військова лексика

Абревіатура **FPV** походить від англійського «First Person View» у значенні «перегляд від першої особи», це є варваризмом:

«Будем збирати ... на **FPV**»(НД, 17.04.2024) [49].

Лексема **дрон** походить від англійського «drone» у значенні «джміль/безпілотний літак/дрон».

«Наші бійці ...потребують **дронів**...»(НД, 08.03.2024) [49].

Лексема **пікап** походить від англійського «pick-up» (СІСМ) [46].

«Збираємо ... на 3 новеньких **пікапи**... для ... ЗСУ» (НД, 15.12.2023) [49].

#### 4. Культурно-мистецька лексика

Лексема **фільм** походить від англійського «film» (СІСМ) [46]:

«Це я після **фільму**...»(НД, 03.04.2024) [49].

Лексема **кастинг** походить від англійського «casting» (СІСл) [45].

«Дякую кожному, хто прийшов на **кастинг**» (НД, 28.03.2024) [49].

Лексема **шоу** походить від англійського «show» (СІСМ) [46]:

«...нарешті відбулася прем'єра **шоу**...» (НД, 17.03.2024) [49].

#### 5. Фінансово-економічна лексика

Лексема **бренд** походить від англійського «brand» у значенні «товарний знак» (СІСл) [45]. Лексема **слоган** походить від англійського «slogan» у значенні «гасло» (СІСл) [45].

«...дуже потужний та сенсовий **слоган** для **бренда**...» (НД, 16.04.2024) [49].

Лексема **промокод** походить від англійського «promocode»:

«...ловіть від мене **промокод**...»(НД, 18.03.2024) [49].

Лексема **бізнес-клуб** походить від англійських слів «business» і «club» відповідно(СІСМ) [46]:

«...мала благодійний виступ на заході для допомоги ЗСУ від **бізнес-клубу**...»(НД, 09.03.2024) [49].

#### 6. Загальноживана лексика

Лексема **донат** походить з англійської мови від слів «donate/donation» у значенні «дар/пожертва». Похідними словами від цієї лексеми є **донатити**, **донатер**. А також на позначення цієї лексеми вживається варваризм англійського походження **donation**. Також вживається словосполучення

англійських слів **donation nation**– це варваризм, що має значення «нація, що донатить»:

«Скинь **донат**». (НД, 15.12.2023); «...сподіваємось, з мотивацією **донатерів** проблем не виникне» (НД, 15.12.2023) [49]; «...кожен про це пам'ятав, говорив, допомагав, **донатив**...»(НД, 15.08.2023) [49]; «...**Donation nation**, нам з вами треба ще реп-збір закривати...» (НД, 18.12.2023) [49].

Лексема **онлайн** походить від англійського «online» у значенні «на лінії/на зв'язку/у мережі»:

«...з нами в **онлайні** були 57 тисяч людей...»(НД, 18.04.2024) [49].

Лексема **меседж** походить від англійського «message» у значенні «повідомлення» (СІСл) [45]:

«...**меседж** залишається актуальним...»(НД, 21.01.2024) [49].

Лексема **фастфуд** походить від англійських слів «fast» у значенні «швидкий» і «food» у значенні «їжа» (СІСл) [45].

«...більше овочів, менше солодкого, булок і **фастфуду**...» (НД, 16.04.2024) [49].

Лексема **рандомний** походить від слова «рандом», утвореного від англійської «random» у значенні «випадковий»:

«...**рандомно** розіграємо...» (НД, 18.03.2024) [49].

Лексема **смартфон** походить від англійських слів «smart» і «phone».

«...якщо хочете придбати **смартфон**...» (НД, 18.03.2024) [49].

Лексема **футболка** походить від слова «футбол», утвореного від англійського «football» (ЕСУМ) [44]:

«придбала ... від мене **футболку**...» (НД, 09.03.2024) [49].

Лексема **сайт** походить від англійського «website/site» (СІСл) [45]:

«...треба просто завітати в ресторанчик на **сайт**...» (НД, 28.12.2023) [49].

Лексема **бакет** походить від англійського «bucket» у значенні «відро»:

«...отримають один з **бакетів** в подарунок від мене...»(НД, 28.12.2023) [49].

Лексема **стайлер** походить від англійського «styler» у значенні «той, хто створює стиль». Похідним словом від цієї лексеми є **автостайлер**, де перший компонент «авто» походить з грецької мови (ЕСУМ) [44]:

«...**стайлери**... не пересушують волосся...» (НД, 15.09.2023) [49];  
«...завдяки **автостайлеру** в мене відкрилася...»(НД, 15.09.2023) [49].

Лексема **девайс** походить від англійського «device» у значенні «пристрій»:

«...на замовлення **девайсів**...»(НД, 15.09.2023) [49].

Лексема **вінтаж** походить від англійського «vintage» у значенні «витриманий/старовинний» (СІСл) [45]. Похідним словом від цієї лексеми є прикметник **вінтажний**:

«Люблю **вінтаж**...» (НД, 12.03.2024)[49]; «...**вінтажна** спідниця з...»(НД, 12.03.2024)[49].

Варто зазначити, що Надія Дорофєєва у своєму блозі практикує написання власних назв в оригіналі англійськими літерами, наприклад:

- 1) назви компаній, підприємств чи організацій: *Puma, Samsung, iPhone, Philips, Is Clinical, Crocs, KFC* тощо [49];
- 2) назви застосунків: *Insight timer, Zoom, VN, Promova* тощо [49];
- 3) назви стримінгових сервісів чи відеохостингів, такі, як *Spotify, AppleMusic, YouTube* тощо [49].

Отже, у блозі Надії Дорофєєвої найбільш насиченою англіцизмами є музична лексика та молодіжний сленг, що пов'язано з екстралінгвальними чинниками, оскільки вживання слів англійського походження у цих сферах пов'язано з прагненням співачки висвітлювати свою музичну кар'єру, а також створити зв'язок з її цільовою аудиторією (підлітками та молоддю), яка активно вживає англіцизми у своїй мові, і це допомагає створити комфортну та ефективну атмосферу спілкування між співачкою та її фанатами.

Варто зауважити, що війна в Україні як екстралінгвальний чинник вплинув також і на мову соцмереж, тому в блозі Надії Дорофєєвої

актуалізувалися англiцизми, пов'язані з військової лексикою, яка загалом є нехарактерною для мови соцмереж.

Також у блозі співачки активно вживаються загальноновживані слова англійського походження, що пов'язано з тим, що ведення блогу характеризується описом власного життя, де використання загальноновживаних слів англійського походження може бути пов'язане з намаганням додати експресивності та виразності до описуваних ситуацій.

Варто зазначити, що англiцизми в блозі Надії Дорофєєвої виконують такі основні функції, як: номінативна (*дрон, девайс, футболка, фільм*); термінологічна (*трек, кліп, демка, фіт*); експресивна та емоційно-оцінна.

Англiцизми у блозі Надії Дорофєєвої часто використовуються для створення особливого настрою, для передачі певного стилю або атмосфери. Використання англiцизмів дає змогу співачці виразити себе глибше та емоційніше, що сприяє залученню аудиторії до її особистого життя та досвіду, а також викликає у фанатів більшу зацікавленість.

Варто зазначити, що англiцизми в блозі Надії Дорофєєвої беруть активну участь і в процесах неологізації (*топчарт, стайлер, лінк*) та евфемізації (*андеграунд, треш*) української мови.

Можна зробити висновок, що вживання англiцизмів в особистих блогах, зокрема й у блозі Надії Дорофєєвої, виконують емоційно-експресивну функцію, функцію зближення з аудиторією, функцію самовираження й формування ідіостилю блогера.

### **3.2. Іншомовна лексика в рекламних дописах соцмережі «Інстаграм» (на прикладі бізнес-блогу СHER'17)**

СHER'17 – це український бренд жіночого одягу, цільовою аудиторією якого є сучасні молоді жінки, тому цей бренд будує свою рекламну стратегію в соцмережі «Інстаграм», створюючи брендovanі рекламні пости з метою

акцентувати увагу на своїх товарах та створити емоційний зв'язок з власною аудиторією, яка нині активно використовує інстаграм.

Варто зауважити, що реклама в соцмережах, зокрема в «Інстаграмі», відрізняється від традиційних форм реклами (телевізійної, вуличної тощо), оскільки вона автоматично вбудовується в контент, що сприймається реципієнтами у стрічці профілю інстаграму, і тому рекламний контент має бути не тільки інформативним, привабливим та гармонійним у стрічці користувача, а й відповідати потребам цільової аудиторії та створювати емоційний зв'язок [31].

У соцмережах використовуються різні способи рекламувати свою компанію, серед яких основними є такі інструменти платної реклами, як:

1) контент-реклама – розміщення оголошення на сайтах соцмереж, наприклад у «Фейсбук»;

2) таргетована реклама – це демонстрація рекламних блоків аудиторії за певними рисами (стать, вік, інтереси та потреби, місцезнаходження тощо), зокрема вона популярна в інстаграм;

3) тизерна реклама – це розміщення банерів з короткою інформацією про продукт або послугу на сайтах соцмереж, наприклад у «Фейсбук» чи «Ікс»;

4) ретаргетинг – це інструмент, що дає змогу повертати користувачів, які вже цікавилися певною компанією [31].

До того ж безкоштовним інструментом реклами в соцмережах, зокрема в «Інстаграм», є створення тематичної публічної сторінки та регулярне наповнення її корисним та цікавим рекламним контентом, і таким чином можна отримати додаткову та безкоштовну цільову аудиторію [31]. Варто додати, що таку рекламу називають підсвідомою або нативною.

Загалом соцмережі мають велику кількість форматів реклами, але багато компаній намагаються використати саме безкоштовні можливості платформ і створити там власні публічні сторінки [31]. Таку можливість використала й українська компанія брендованого жіночого одягу CHER'17.

Основним жанром реклами на власній публічній сторінці в інстаграм є брендovanі пости, які мають такі особливості: візуально привабливі зображення або відео; лаконічний та збалансований текст між інформативністю та привабливістю; взаємодія з аудиторією шляхом запитань або закликів до дій; використання емоджі, хештегів та геолокації тощо [31]. Тому рекламний допис в інстаграмі – це креативна форма реклами, що поєднує візуальний контент, текст та можливість взаємодії з аудиторією для досягнення маркетингової мети.

Аналіз рекламних дописів CHER'17 в інстаграмі дає змогу визначити, що іншомовні слова в цих постах виконують такі основні функції:

1) номінативну функцію, наприклад, у реченнях *«Обирай свій ідеальний аутфіт та створюй святковий настрій...»* (Cher17, 20.04.2024) [47]; *«Джинсова спідниця міні з кишенями у стилі карго у поєднанні з базовою білою футболкою»* (Cher17, 19.04.2024) [47]; *«...наша нова панама вже доступна до замовлення»* (Cher17, 01.04.2024) [47]; *«Зустрічай нашу новинку – бомбер з комірцем ... та поєднуй з ... палаццо»* (Cher17, 14.03.2024) [47]; *«Ще одна новинка у колекції — сукня з деніму з акцентом на талії»* (Cher17, 22.01.2024) [47]. Тут іншомовні лексеми «ідеальний», «аутфіт», «джинсовий», «міні», «стиль», «карго», «футболка», «панама», «бомбер», «палаццо», «колекція», «денім», «акцент», «талія» використовуються для надання назв та бажаного опису товарів, а саме одягу та аксесуарів, і це створює позитивне враження та бажання придбати товар;

2) описову функцію, наприклад, у реченнях *«...велюровий костюм, натхнений вайбом 2000-х»* (Cher17, 29.02.2024) [47]; *«Колекція, натхненна концепцією мінімалізму, quietluxury та створена для справжніх поціновувачів комфортної краси»* (Cher17, 12.04.2024) [47]; *«Ідеальний метч по кольорам і текстурі»* (Cher17, 02.04.2024) [47] іншомовні одиниці «велюровий», «костюм», «вайб», «колекція», «концепція», «мінімалізм», «quietluxury» (варваризм), «ідеальний», «метч», «колір», «текстура» слугують для створення

детального, конкретного опису предметів та їхнього зв'язку з певними ідеями/концепціями бренду;

3) оцінну функцію, наприклад, у реченнях «Сукня, яка стала **бестселером** ще у 2020 році!» (Cher17, 08.04.2024) [47], «**Костюм в офісному стилі з приталеною сорочкою та ідеально прямими брюками**» (Cher17, 05.04.2024) [47]; «**Актуальні тренди, зручна база... зберігай готові формули луків!**» (Cher17, 23.03.2024) [47]. Тут іншомовні слова «бестселер», «костюм», «офісний», «стиль», «приталений», «ідеально», «актуальний», «тренд», «формула», «лук» мають позитивну конотацію та використовуються для вказівки на позитивну оцінку товару або важливість предмету;

4) функцію економії мовних ресурсів, наприклад, у реченні «**Зберігай готові аутфіти від нашого стиліста**» (Cher17, 16.04.2024) [47] використовується іншомовна лексема «аутфіт» замість «повний комплект одягу із взуттям та аксесуарами»; у реченнях «**бомбер, який вже став бестселером**» (Cher17, 22.03.2024) [47]; «**лонгслів, який вже встиг стати бестселером**» (Cher17, 01.02.2024) [47] вжито іншомовне слово «бестселер» замість «товар, який продається найкраще»; у реченні «**зібрала образ у стилі корпкор**» (Cher17, 28.02.2024) [47] використана іншомовна одиниця англійського походження «корпкор» на позначення певного стилю в моді замість широкого пояснення цього поняття;

5) атрактивну функцію – це привертання уваги реципієнтів до рекламованого одягу чи аксесуарів, наприклад, у реченнях «**Цей костюм точно стане твоїм улюбленим цього літа ... не бійся експериментувати та стилізуй його з жакетами чи ковбойками**» (Cher17, 11.04.2024) [47]; «**+1 варіант стилізації нашого оверсайз жакету**» (Cher17, 11.04.2024) [47]; «**Незалежно від вбрання, яке ви носите, це саме той тренч, який підійде вам**» (Cher17, 28.03.2024) [47]; «**Краса у простоті ...топ з імітацією чокера...**» (Cher17, 25.03.2024) [47]; «**Новинка, що викликає захоплення ...сукня з букле без бретель, яка стилізується самостійно або в поєднанні з будь-яким лонгом**» (Cher17, 03.02.2024) [47]; «**Новий день — новий аутфіт ... бомбер, який вже**

*став бестселером...»* (Cher17, 22.03.2024) [47] вжито естетично привабливі іншомовні лексеми, що підкреслюють унікальні характеристики товарів, стимулюючи споживачів розглянути або придбати їх.

Ці приклади демонструють різноманітність мовних функцій іншомовних лексем у контексті рекламного тексту.

У рекламних брендovаних постах CHER'17 використовуються запозичення здебільшого греко-латинського, французького та англійського походження, що пов'язано як із міжкультурною комунікацією та глобалізацією, так із тим, що провідною країною у сфері моди є Франція.

Отже, у рекламних дописах в інстаграмі, зокрема у бізнес-блoзі CHER'17, іншомовні слова виконують номінативну та описову функції в поєднанні з оцінною, функцію економії мовних ресурсів та атрактивну функцію.

### **Висновки до третього розділу**

Аналіз фактичного матеріалу іншомовної лексики в мові соцмереж на прикладах особистого блогу Надії Дорофєєвої та бізнес-блогу CHER'17 дає змогу зробити такі висновки:

1) мова соцмережі «Інстаграм» характеризується домінуванням англiцизмiв;

2) англiцизми, вжиті в особистому блoзі Надії Дорофєєвої, належать до таких тематичних груп: музична лексика; молодіжний сленг; військова лексика; культурно-мистецька лексика; фінансово-економічна лексика; загальноновживана лексика;

3) нині у мові соцмереж активізувалися нехарактерні для неї англiцизми з військової сфери, що пов'язано з війною в Україні;

4) англiцизми в особистих блoгах, зокрема й у блoзі Надії Дорофєєвої, виконують такі основні функції, як: номінативна, емоційно-експресивна, зближення з аудиторією, а також функцію самовираження, формування ідіостилю блогера;

5) у соцмережах використовуються різні види реклами, однак найпопулярнішим видом реклами, особливо в інстаграмі, є створення тематичної публічної сторінки компанії, де основним жанром реклами є рекламні брендovanі пости;

б) іншомовні слова, вжиті в рекламних дописах в інстаграмі на прикладі бізнес-блогу СHER'17, виконують такі основні функції: номінативну, описову, оцінну, атрактивну, а також функцію економії мовних ресурсів.

## ВИСНОВКИ

Українська літературна мова, як і будь-яка інша мова, окрім історичного пласту корінної лексики, засвоїла й значну кількість іншомовних слів, які становлять невід'ємну й важливу частину її лексичного фонду, зокрема в галузях науки, техніки та мистецтва.

Домінантною тенденцією в лексиці медіатекстів є кількісне поповнення її складу словами іншомовного походження, що зумовлено насамперед екстралінгвальними чинниками. У масмедійній комунікації іншомовна лексика проходить складний процес її структурно-семантичної адаптації, за якого адаптовані іншомовні лексеми характеризуються влучністю, емоційним вираженням та експресивністю в медіатекстах. Іншомовні лексеми в масмедійній комунікації варто упорядковувати за тематичними групами та за генетичною належністю до мови-джерела.

Аналіз фактичного матеріалу українських новинних сайтів «Суспільне Новини» та «Дзеркало тижня» засвідчив активне використання іншомовної лексики. У досліджуваних медіатекстах було виявлено 185 слів іншомовної лексики. Залежно від сфери вживання було виокремлено такі тематичні групи запозичень: фінансово-економічна лексика (49 слів), наприклад: інвестиція, тендер, санкція, девелопер, релокований тощо; побутова (загальноновживана) лексика (45 слів): донат, блекаут, траса, гаджет, таксі тощо; суспільно-політична лексика (33 слова): саміт, шатдаун, мітинг, істеблїшмент, парламент тощо; спортивна лексика (17 слів): турнір, стадіон, голкіпер, плей-оф тощо; військова лексика (15 слів): дрон, ракета, бомба тощо; інтернет-лексика (13 слів): лайк, акаунт, онлайн тощо; культурно-мистецька лексика (13 слів): лонгліст, фільм, прем'єра тощо. За генетичною класифікацією вживаються запозичення здебільшого греко-латинського та англійського походження. Іншомовні лексеми в новинному контенті виконують такі функції, як: інформативну, номінативну, комунікативну, оцінно-експресивну, а також виступають засобом мовної компресії.

Аналіз фактичного матеріалу іншомовних лексем у мові соцмережі «Інстаграм» засвідчив домінування англіцизмів. У досліджуваному особистому блозі Надії Дорофєєвої було виявлено 61 англіцизм. Залежно від сфери вживання було виокремлено такі тематичні групи запозичень: молодіжний сленг (24 слова): треш, вайб, мейк, метч тощо; загальноновживані слова (17 слів): фастфуд, смартфон, футболка тощо; музична лексика (10 слів): трек, кліп, фіт тощо; фінансово-економічна (4 слова): бренд, бізнес-клуб тощо; військова-лексика (3 слова): дрон, пікап, FPV; культурно-мистецька лексика (3 слова): шоу, фільм, кастинг. Англіцизми в особистих блогах виконують такі основні функції, як: номінативна, емоційно-експресивна, зближення з аудиторією, самовираження та формування ідіостилю блогера.

Окрім особистих блогів, у соцмережі «Інстаграм» є популярними бізнес-блоги, які займаються популяризацією та продажем своєї продукції, використовуючи цю платформу. І основним жанром реклами є рекламні пости.

Під час аналізу рекламних дописів бізнес-блогу CHER'17 було виявлено 42 іншомовні лексеми, що здебільшого мають греко-латинське, французьке та англійське походження. Ці лексеми належать до сфери моди та одягу (аутфіт, бомбер, панама, костюм, корпкор, тренч, жакет, лук, оверсайз тощо), оскільки компанія спеціалізується на виготовленні та продажу брендovanого жіночого одягу. У рекламних дописах іншомовні слова виконують такі основні функції: номінативну, описову, емоційно-оцінну, атрактивну, а також функцію економії мовних ресурсів.

Отже, запозичена лексика є невід'ємною складовою частиною мови сучасної масмедійної комунікації. Це пов'язано із тим, що іншомовні слова надають текстам динамічності, емоційності, експресивності, більш точно передають певні реалії, замінюють велику кількість українських слів одним відповідником і є зрозумілими пересічному читачеві.

Отже, проведене дослідження відкриває перспективи для подальшого аналізу іншомовної лексики в медіатекстах. Майбутні розвідки можуть бути також спрямовані на зіставні дослідження іншомовних одиниць в різних

засобах масової інформації, а також на дослідження подальшого використання іншомовної лексики в різних сферах і жанрах масмедійної комунікації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажнюк Б. М. Англізми в сучасній українській, російській і чеській мовах / Б. М. Ажнюк // Мовознавство. 2008. № 2–3. С. 190–207
2. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові : етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця ХХ – початку ХХІ ст.) Харків, 2005. 314 с.
3. Бикова А. А. Особливості структурної та семантичної адаптації запозичень у мові-реципієнті / А. А. Бикова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія, 2017. Вип. 27(1). С. 122-124.
4. Бондар М. В. Активні лексико-семантичні процеси в мові художньої прози кінця ХХ – початку ХХІ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології / М. В. Бондар. Київ, 2004. 19 с.
5. Босак Н. Ф. Причини появи запозичень-англіцизмів в українських ЗМІ / Н. Ф. Босак, В. А. Печерська // Лексико-граматичні інновації в сучасних слов'янських мовах : матеріали II Міжнародної наукової конференції, Дніпропетровськ, 14–15 квітня 2005 р. / [упор. Т. С. Пристайко]. Дніпропетровськ : Пороги, 2005. С. 43–45.
6. Булаховський Л. А. Нариси з загального мовознавства / Леонід Арсенійович Булаховський // Вибрані праці: в 5-ти томах. Київ, 1975. Т. 1. С. 470–474.
7. Гончаренко Л. О. Лінгвокогнітивні, функціонально-прагматичні та адаптаційні ознаки лексичних запозичень у сучасній німецькомовній та україномовній пресі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 "Загальне мовознавство" / Гончаренко Людмила Олексіївна. Миколаїв, 2010. 212 с.
8. Гриценко С. П. Лексичний вплив як чинник динаміки структури мови-реципієнта (на матеріалі латинських запозичень українських пам'яток кінця XVI – XVII ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол.

наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / С. П. Гриценко. Київ, 1999. 20 с.

9. Гудима Н. В. Вплив мовних та позамовних чинників на збагачення словникового складу сучасної української літературної мови. Актуальні проблеми слов'янської філології. Випуск XXIII. Частина 4, 2010. С. 308–316.

10. Гудима Н. В. Класифікація основних типів запозичень у сучасній українській літературній мові / Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки, 2009, Вип. 20. С. 147-151.

11. Гудима Н. В. Лексичні запозичення у прозі українських постмодерністів / Н. В. Гудима // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка : зб. за підсумками звітної наук. конф. викладачів, докторантів і аспірантів : у 5 т. Кам'янець-Подільський, 2009. Вип. 8. Т. 2. С. 19–20.

12. Гудима Н. В. Семантика та стилістичні функції запозичень у мові постмодерністської прози: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 Українська мова. Чернівці, 2011. 18 с.

13. Гудима Н. В. Семантична адаптація запозичених лексем у сучасній українській літературній мові / Н. В. Гудима // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2013. Вип. 32(1). С. 27-31.

14. Жлуктенко Ю. О. Мовні контакти. Проблеми інтерлінгвістики / Юрій Олексійович Жлуктечко. Київ : Видавництво Київського університету, 1966. 136 с.

15. Жовтобрюх М. А. Курс сучасної української літературної мови : [у 2 ч.] / М. А. Жовтобрюх, Б. М. Кулик // ч. 1: підруч. для ф-тів мови і л-ри пед. ін-тів. Вид. 3-тє. Київ : Радянська школа, 422 с.

16. Жовтобрюх М. А. Курс сучасної української літературної мови : [у 2 ч.] / М. А. Жовтобрюх, Б. М. Кулик // ч. 1: підруч. для ф-тів мови і л-ри пед. ін-тів. Вид. 3-тє. Київ : Радянська школа, 422 с.

17. Каминін І. М. Структурно-семантична та словотвірна асиміляція запозичень з французької мови в сучасній українській літературній мові / І. М. Каминін, Л. В. Чурсіна // Теорія і практика наукового дискурсу: філологія, лінгводидактика : зб. наук. пр. Харків, 2013. С. 59–65.
18. Караванський С. Пошук українського слова, або Боротьба за національне «я» / Святослав Караванський. Київ : Вид. центр «Академія», 2001. 233 с.
19. Караман С. О. Сучасна українська літературна мова : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / С. О. Караман, О. В. Караман, М. Я. Плющ [та ін.]; за ред. С. О. Карамана. Київ : Літера ЛТД, 2011. 560 с.
20. Кочан І. М. Системність, динаміка, кодифікація слів з міжнародними кореневими компонентами в сучасній українській мові: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д/ра філол. наук: спец. 10.02.01 / НАН України, Інститут української мови / І. М. Кочан. Київ, 2006. 39 с.
21. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підручник / М. П. Кочерган. 3-тє вид. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 464 с.
22. Левченко Т.М., Чубань Т.В., Шинкар Т.С. Запозичена лексика у мові сучасних засобів масової комунікації. Закарпатські філологічні студії. Випуск 27. Том 2. С. 189–194.
23. Лексика українських масмедіа: монографія / за ред. Марини Навальної. Переяслав-Хмельницький : Видавництво «К С В», 2019. 188 с.
24. Ленець К. В. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси / К. В. Ленець // Мовознавство. 1988. № 6. С. 41–46.
25. Лисенко О. А. Освоєння німецькомовних запозичень в українській нвуково-технічній термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / О.А. Лисенко. Харків, 1999. 21 с.
26. Ломовцева А. Новітні англіцизми в українській мові і проблема лексичної варіантності / А. Ломавцева // Українська мова. 2003. № 1. С. 96–102.

27. Мазурик Д. В. Інноваційні процеси в лексиці сучасної української літературної мови (90-ті роки ХХ ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. Наук : спец. 10.02.01 – українська мова / Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка / Д. В. Мазурик. Львів, 2002. 21 с.
28. Мороховський О. М. Деякі питання теорії (іншомовних) запозичень / О. М. Мороховський // Мовознавство, 1984, № 1. С. 19-25.
29. Олійник А. Д. Роль запозичень-англіцизмів у розвитку сучасної української мікроекономічної термінології : автореф. дис. на здобуття наук. Ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Анатолій Дмитрович Олійник. Київ, 2002. 20 с.
30. Полякова Т. М. Лексичні інновації іншомовного походження в сучасній російській мові: автореф. / Т. М. Полякова. Київ : Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, 2004.
31. Реклама у соціальних мережах [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://astwellsoft.com/uk/blog/smm.html>
32. Сімонок В. П. Семантико-функціональний аналізу іншомовної лексики в сучасній українській мовній картині світу / В. П. Сімонок. Харків : Основа, 2000. 332с.
33. Сімонок, В. П. Запозичена лексика в українській мовній картині світу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Перекладознавство та міжкультурна комунікація, 2016. Вип. 2. С. 96-102.
34. Степанюк О.В. Стилiстичнi функцiї запозичень у поетичнiй творчостi Л. Костенко: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фiлол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / О. В. Степанюк. Київ, 1997. 20 с.
35. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації) / О. А. Стишов. Київ : Видавничий центр КНЛН, 2003. 388 с.
36. Стишов, О. А. Новозапозичення з англійської мови в українській фразеології / О. А. Стишов // Здобутки та перспективи розвитку сучасного

мовознавства : міжнародний збірник наукових праць, присвячений 70-річному ювілею професора Алли Андріївни Калити. Київ, 2015. С. 120-129.

37. Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія / за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1973. 440 с.

38. Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія / за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1973. 440 с.

39. Bußmann Hadumod. Lexikon der Sprachwissenschaft. 2. Aufl. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag. 1990. S. 904.

40. Haugen E. The analysis of linguistic borrowing / E.Haugen. Language, 1950. Vol. 26. Nr 2 / 210-231.

41. Hinchings H. The Secret Life of Words / H. Hinchings. London: John Murray, 2008. 440 p.

42. Marty A. Untersuchungen zur Grundlegung der allgemeinen Grammatik und Sprachphilosophie / A.Marty. Halle, 1908.

43. Richter E. Fremdwortkunde / E.Richter. Leipzig, 1919. 403 vol.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

44. Етимологічний словник української мови: у 7 т. / редкол.: О. С. Мельничук (гол. ред.), І. К. Білодід, В. Т. Коломієць, О. Б. Ткаченко. АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ : Наукова думка, 1982-2012.

45. Лук'янюк В. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] / Володимир Лук'янюк. 2001-2024. Режим доступу: <https://www.jnsm.com.ua/sis/>

46. Словник іншомовних слів за ред. О. С. Мельничука, 1-е видання, Київ: Головна редакція «Українська радянська енциклопедія» (УРЕ), 1974. 776 с. Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/42/53392-0.html>

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

47. Бізнес-блог СHER'17 у соцмережі «Інстаграм», cher17.ua. . URL: <https://www.instagram.com/cher17.ua/>
48. Дзеркало тижня, 2024. URL: <https://zn.ua/>
49. Особистий блог Надії Дорофєєвої у соцмережі «Інстаграм», nadyadorofeeva. URL: <https://www.instagram.com/nadyadorofeeva/>
50. Суспільне Новини, 2023-2024. URL: <https://suspilne.media/>

## СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

**ДТ** – інтернет-видання «Дзеркало тижня», 2024. (<https://zn.ua/>).

**ЕСУМ** – Етимологічний словник української мови Інституту мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України.

**НД** – блог Надії Дорофєєвої у соцмережі «Інстаграм», nadyadorofeeva. (<https://www.instagram.com/nadyadorofeeva/>).

**СІСл** – Словник іншомовних слів Володимира Лук'янюка (<https://www.jnsm.com.ua/sis/>)

**СІСм** – Словник іншомовних слів за редакцією О. С. Мельничука (<http://slovopedia.org.ua/42/53392-0.html>).

**СН** – інтернет-видання «Суспільне Новини», 2023-2024. (<https://suspilne.media/>).

**Cher17** – бізнес-блог СHER'17 у соцмережі «Інстаграм», cher17.ua. (<https://www.instagram.com/cher17.ua/>)