

УДК 81'276.6:62:81'367.5

Біленко Т. Г.¹, Погосян О. А.²

¹ канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

² студ. гр. ФКНТсп-518 ЗНТУ

АНГЛІЙСЬКОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Серед проблем, пов'язаних з дослідженням термінологічної лексики, останнім часом спостерігаємо зростання уваги до питання взаємодії національних та інтернаціональних компонентів у процесі становлення та функціонування галузевих терміносистем. Дослідники української термінології розглядають запозичення як об'єктивний і неминучий чинник її еволюції, які є доцільними тільки тоді, коли відповідають життєвим потребам і засвоюються, не порушуючи національної специфіки терміносистеми. Також треба сказати про те, що використання іншомовних термінів виправдане за дотримання таких обов'язкових умов: терміни оптимально й правильно позначають відповідні поняття; досить міцно увійшли до

міжнародного лексикону. Мета роботи – з'ясувати доцільність використання англійськомовних запозичень в українській термінології.

Вплив англійської мови помітний у всіх сферах мовної комунікації. Значне поповнення англійськими запозиченнями спостерігаємо в публіцистиці, мові реклами, у корпоративній лексиці, технічній термінології тощо. Англіцизми застосовуються не тільки для позначення нових реалій, але й замінюють, витісняють питомі слова. Такий активний вплив англійської лінгвосистеми на мовну свідомість носіїв української мови зумовлює відповідні наукові дискурси та стимулює пильний інтерес мовознавців до проблеми запозичення.

Полеміку про доцільність уживання іншомовних лексичних запозичень, їхній статус, специфіку лексичних значень і функцій учені ведуть упродовж багатьох років. Деякі з науковців вважають запозичення природним процесом збагачення мови, інші, виступаючи за чистоту мови, здебільшого класифікують їх як потік слів, що порушує стабільність та самобутність української мови. Проблема запозичення присвятили чимало праць вітчизняні та іноземні дослідники (О. Ахманова, В. Виноградов, Ю. Жлуктенко, О. Муромцева, І. Огієнко, О. Пономарів, В. Самійленко, С. Семчинський, Д. Шмельов, L. Blumfield, U. Weinreich). В україністиці розроблялися питання теорії запозичення, проблеми запозичення чужомовних слів в українську мову взагалі або ж стосовно різних періодів її розвитку (В. Коломієць, Т. Линник, О. Муромцева). Вивчення запозичення англіцизмів активізувалося в українському мовознавстві лише останніми десятиріччями і переважно в окремих аспектах (Ю. Безрукава, Л. Кислюк, А. Наумовець, Н. Попова, С. Руденко).

Наслідком активізації запозичень є українсько-англійські мовні контакти, результатом яких стала значна кількість запозичень у різних сферах діяльності: в економіці (фандрейзинг, баєр); у суспільно-політичній сфері (аплікант, омбудсмен, спічрайтер); у засобах зв'язку, ЕОМ (роумінг, баннер, лептон); в науці, культурі, освіті (едиція, перфоманс, уфологія, фентезі), зокрема у молодіжній субкультурі (ді-джей, рейв-культура, чил-аут), у масовій культурі (трилер, блокбастер, хепі-енд); у спорті (стритбол, скейтинг, ферплеї); у побуті (фліпси, хот-дог, сигнет, степлер); у ЗМІ (копірайтер, програма у стилі "лайф", інтерв'юер); у рекламі (слоган, біг-борд, паблісіті, шоуінг); у дизайні (стайлінг).

Це зумовлено розмаїттям позамовних чинників, об'єктивних і суб'єктивних: розвитком економічних зв'язків, впливом стилю американського життя, модою на іноземні слова, досягненнями англословних країн в окремих сферах діяльності, поживавленням культурних зв'язків, двомовністю, умовами функціонування української мови, зрушеннями комунікативно-прагматичного характеру, престижем англійської мови,

стереотипи сприйняття США та Великої Британії пересічним громадянином, вживанням англіцизмів для демонстрації освіченості або неординарності та внутрішньомовними потребами (необхідністю назв для нових предметів, процесів, понять (пейджер, хакер), прагненням мовної економії (копірайт – авторське право, лейбл – товарна етикетка з фірмовим знаком, дартс – метання дротиків), потребою поповнити експресивні засоби (бакси, о'кей), уточнити, деталізувати поняття (хайтек-компанія, медіа-ринок), поділ сфери семантичного впливу (бейдж – посвідчення особи на конференціях, з'їздах, рентинг – короткотермінова оренда машин, постер – плакат у періодичному виданні, ріелтер – агент, торговий посередник з продажу нерухомого майна).

Більшість запозичень – це найчастіше данина моді. Так, запозичені терміни дистриб'ютор і дилер мають відповідники на позначення тих самих понять в українській мові – це слова продавець (або посередник). Зайвими є також слова ексклюзивний (винятковий), превентивний (попереджувальний, запобіжний), калькуляція (обчислення), опція (вибір). Незважаючи на те, що іншомовні слова в текстах офіційних документів повинні вживатися в разі потреби (коли їх не можна замінити українськими словами з тим самим значенням), офіційні видання залишаються перенасиченими запозиченою лексикою.

Отже, процес запозичення іншомовних слів неоднозначно впливає на розвиток української мови. З одного боку, відбувається її збагачення, з іншого – витісняються власні елементи, що замінюються на слова з подібним значенням.