

5. Шульська Н. М., Зінчук Р. С. Комунікативно-функційний потенціал заголовків у сучасних медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 5. Ч. 2. С. 222.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-64>

**Ляшенко А. Р.**

*студентка 2-го курсу навчально-науково-виробничого центру,  
Національний університет цивільного захисту України*

## **ВПЛИВ АНГЛІЦИЗМІВ НА УКРАЇНЦІВ**

Англiцизм – визначення слова чи вислову, яке було запозичене саме з англійської мови чи піддалося перекладу з неї або побудоване за зразком з англійської мови [4, с. 25].

Щоденне та постійне теле- й радіомовлення пропонує рекламу численних закордонних товарів, нерідко таких, для позначення яких в українській мові бракує слів. Через це в лексиці відбувається запозичення безпосередньо з англійської мови усним та писемним шляхами (бо реклама частіше за все використовує аудіо та візуальний методи враження та залучення глядачів). А самі створювачі реклами можуть мати на меті привабити україномовних споживачів, прикрашаючи базові та прості речі, які зрідка можуть мати й українську назву.

За останнє десятиріччя українцям відкрився шлях до безлічі ресурсів іншими мовами, змога набувати нових навиків та вчитись онлайн, контактувати з людьми з будь-яких куточків світу – усе це цілком дозволяє англiцизмам проникати в нашу мову. До того ж, завдяки стрімкому росту та розвитку суспільства, в українській поступово з'являються терміни, які до цього були невідомі та не мали для нас жодного сенсу. Це зовсім не ті незрозумілі поняття, як може здатись, це слова що ми використовуємо щодня та, можливо, вже не звертаємо на це уваги. Не таємниця, що саме сфера побутової комунікації серед молоді містить у собі велику кількість різного роду англiцизмів, адже саме під час спілкування між собою молоде покоління використовує безліч слів, що мають безпосередньо англійське походження.

До прикладу, можемо взяти такі слова: арт-терапія – лікування мистецтвом (через малювання, гру на музичних інструментах або навіть через вишивку); бебі-бум – сплеск народжуваності (для нашого народу відомий після закінчення другої світової війни); фастфуд – швидка їжа (усім

нам відомі заклади швидкого харчування, такі як «McDonalds»); кетчуп – томатний соус, сейл – розпродаж; офіс – кімната для роботи; дайвінг – пірнання під воду; ліфтинг – підтяжка (наприклад, обличчя). Існує також величезна кількість слів, перекладу яких не потребує, на нашу думку, велика кількість українців. До того ж, слід не забувати про купу запозичених слів із англійської, які в англійській мові було погоджено називати (pseudo-anglicisms) «псевдоангліцизмами». А префікс ^псевдо^ не значить що слово не є за його походженням англійським, а тільки те, що визначення цих слів у мові комунікаторів трохи або сильно відрізняється від його значення власне в англійській мові.

Саме рекламні пропозиції, на наш погляд, є більш токсичними до вже існуючих українських оригінальних слів, ними частково зловживає українське телебачення та велика частина україномовних каналів. Наприклад, саме в англійській мові більшість найменувань спирається на вивчення значення слів і їхніх складових частин, також розгорнуто до зрозумілого стану носіям англійської, проте не є зрозумілими здебільшого українській аудиторії. З'явившись в українській лексиці, запозичені слова та словосполучення абсолютно не мають наповнення та забарвлення для українців.

Занадто часте використання запозичень у спілкуванні та письмі ніби вбиває бажання. Це може ускладнювати сприймання тексту, відвертати увагу від його змісту та, що найважливіше, – витіснити українські замітники, вбиваючи українську мову.

Більш того, під час швидкого розвитку соціальних мереж, росту популярності комп'ютерних ігор та комп'ютерних технологій, ще одну велику купу англіцизмів містить у собі сленг саме з інтернету. Здатність мати персональний комп'ютер у себе вдома і створення мережі Інтернет притягнуло до цієї сфери велику кількість людей, які почали використовувати та навіть самостійно збагачувати комп'ютерну лексику.

Відносно молодий вік користувачів у цій сфері діяльності, а також популярність комп'ютерів серед молоді, відкритої до використання сленгових висловів, полегшують поширення англіцизмів серед соціальної спільноти. Великою мірою, впливає на це так званий «інтернет-сленг» – це окремий стиль мови, який заснований на переважно неправильній орфографії, що поширюється інтернетом, ніби повинь, накриваючи користувачів майже з головою та занурюючи людей в тони публікацій та іншого різновиду контенту. Наразі цей сленг у світі постійних еволюцій посідає важливу ланку життя чи не кожної людини, як власне і соціальні мережі та інтернет. Адже майже всі ми проводимо багато часу в інтернеті та нам уже складно уявити своє життя без нього, бо ми спілкуємося, працюємо, отримуємо потрібну нам інформацію, покращуємо свої навички чи просто граємо в онлайн ігри, щоб позбутися стресу, це все не може обходитись без мережі інтернет.

Нам також імпонує думка дослідника П. Грибового, який вважає, що сленг дає молоді змогу побачити та усвідомити розбіжності у світобаченні різних членів соціуму, зважаючи також на їхні вікові та соціокультурні параметри, чого саме й прагнуть користувачі інтернету [2, с. 35].

Сьогоднішня відкритість українців до різновиду інших культур та новинок загалом приводить до розширеного розуміння, зацікавленості та пізнання в галузі іноземних мов. Збільшилась потреба в частішому спілкуванні з іншими людьми, для яких рідна мова вже не є українською. А щодо сфери культури, то поява великої кількості англіцизмів викликана постійним поширенням масової культури тих країн, де англійська є рідною мовою, тобто Сполучені Штати Америки та Великобританія. Саме від трендів у західних країнах пішло прагнення нашої молоді до здорового способу життя, що є зараз популярним на заході, бажання бути схожими на свого улюбленого героя з фільму, а звідси й механічне перенесення уподобаних лексем до української мови [1, с. 10]. Але ж культура на цьому не закінчується: музичні стилі, кіноіндустрія та спортивні досягнення теж доволі часто мають у собі англіцизми, які, до того ж, швидко прижилися в нашому культурному житті.

Підсумовуючи, можна сказати, що така популяризація способів життя англomовного суспільства має деякий вплив на життя української спільноти. Як ми вже згадали, підлітки та загалом молоде покоління доволі активно використовує слова, які були запозичені з англійської, чи на позначення певної термінології в іграх, чи для спрощення розуміння людей між собою, або ж просто для позначення стилів кіно та видів спорту, які є популярними саме на території Сполучених Штатів Америки та Великобританії. Самі ці лексеми майже без ускладнень можна продублювати як із британського, так і з американського варіантів англійської мови. Звісно, що тільки існування цих слів на просторах світу недостатньо для вживання їх на території України, але поширенням їх навмисно чи ні займаються телезірки, блогери, політики, а від них ми постійно чуємо ці вислови на телебаченні та, можливо, навіть не помічаємо, коли нові телешоу чи фільми мають у своїй назві слова іншомовного походження.

Ми не можемо заперечувати факт того, що завдяки деяким запозиченим словам ми свого роду поповнюємо свій словниковий запас та розширюємо свій кругозір, бо майже кожна людина, яка прагне пізнавати нове, почувши ще не відоме їй слово, захоче дізнатися його значення та можливості його використання, звернувшись до словника або що більш реальне – до перекладача. Велика кількість людей виступає проти використання перекладачів, але як мінімум знання правильного перекладу та доцільне використання цього слова у відповідній ситуації сприяє розвитку людини та набуттю певного статусу в суспільних групах.

Ми гадаємо, що процес поширення англiцизмiв є вже незворотнiм, тому ми схильнi до думки про бiльший його позитивний, нiж негативний вплив на нашу культуру та самовизначення громадян. Потрiбно прийняти поширення англiцизмiв як явище навколо нас i спокiйно крокувати в ногу з часом, вважаючи англiцизми своїми друзями, а не ворогами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бережницька Х.Б. Молодіжний сленг як своєрідний засіб вербалізації явищ буття. *Студентські наукові записки. Серія «Філологічна»*. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2011. Вип. 4. 236 с.
2. Грибовий П.М. Український молодіжний сленг як лінгвокультурний феномен. *Компаративні дослідження слов'янських мов*. 2010. Вип. 11, С. 34–37.
3. Мартос С.А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? *Культура слова*. 2003. Вип. 62, С. 39–44.
4. Юшук І.П. Запозичення з англійської мови. Українська мова: Підручник. 3-є видання. К.: Либідь, 2006. С. 209.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-65>

**Мартиненко О. П.**

*кандидат філософських наук,  
докторант кафедри філософії та культурології,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

**Войтюк І. В.**

*кандидат філософських наук,  
доцент кафедри культурології,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

#### **БІНАРНІ СХЕМИ В ТЕОРІЯХ КОМУНІКАЦІЇ: ЯКІСНИЙ ТА КІЛЬКІСНИЙ ПІДХОДИ**

Філософія, аналізуючи комунікацію, практично ніколи не розглядає її як суто обмін інформаційними повідомленнями або як спілкування на рівні побутової мови. Зокрема, Е. Касірер тлумачить форми культури – науку, релігію, мистецтво, мову, міф, – як символічні, і цим перетворює їх на комунікативних посередників, що уможливають комунікацію [3, с. 169-170]. Для пізнього Л. Вітгенштайна комунікативним