УДК 81’373.612.2

Людмила Мялковська
Лариса Тиха

ІНШОМОВНА ЛЕКСИКА В МОВІ СУЧАСНОЇ ВОЛИНСЬКОЇ ПРЕСИ

У статті проаналізовано нові лексичні запозичення, що активно функціонують у мові волинських періодичних видань; простежено загальні тенденції у їх використанні. Розглянуто, яка саме іншомовна лексика потрапляє на сторінки сучасних волинських періодичних видань, а також частотність її вживання. Крім того, охарактеризовано позамовні чинники, що спричиняють проникнення іншомовної лексики в українську мову, зокрема міжнародні контакти, туризм, розвиток науки й техніки, а також внутрішньомовні, які забезпечують появу нових лексичних одиниць, серед них і прагнення до економії мовних засобів.

Ключові слова: неологізми, періодичні видання, публіцистика, контекст, лексика, лексичні одиниці, лексема.

Постановка наукової проблеми та її значення. Вивчення мови українських періодичних видань традиційно становить окрему галузь філологічних досліджень. Мова преси як жанровий різновид публіцистичного стилю віддзеркалює стан української літературної мови та загальний стан національної культури.

У лінгвостилістиці дослідження мови преси здійснюється у двох аспектах – ***соціально-культурному*** (такий аналіз пов’язаний з дослідженнями історії виникнення і функціонування української преси) та ***власне лінгвістичному культуромовному*** (цей аналіз стосується оцінки якості мови періодичних видань, розширення словника, взаємодії експресії та стандарту).

Дослідники визначають також основні ознаки мови газетних публікацій. Це економія мовних засобів, стислість викладу; використання іншомовних слів, які репрезентують нові явища суспільного та виробничого життя, розвиток науки, техніки, культури, нові риси сучасного побуту. У зв’язку з цим щораз **актуальнішими** стають проблеми функціонування нових іншомовних одиниць у друкованих ЗМІ, а саме – в мові волинських газет.

Мета і завдання статті. Пропоноване дослідження має на меті дати відповідь на питання, по-перше, яка іншомовна лексика потрапляє на сторінки сучасних волинських періодичних видань, по-друге, які нові запозичення відзначаються високою частотністю вживання у досліджуваних газетних текстах.

© Мялковська Л., Тиха Л., 2014

Аналіз досліджень цієї проблеми. Специфікою побудови текстів періодики науковці цікавилися віддавна. Особливого ж зацікавлення проблеми публіцистичного стилю набувають у 90-ті роки ХХ ст. Зокрема, вивчали питання унормування неологізмів у мові ЗМІ такі відомі науковці, як С. Я. Єрмоленко, Н. Я. Дзюбишина-Мельник, Т. А. Коць, О. А. Стишов.

І серед останніх досліджень варто згадати кандидатську дисертацію «Нові слова та їх значення у мові мас-медіа Рівненщини» О. А. Мітчук (2006). Авторка здійснює системний аналіз входження неологізмів у мову засобів масової інформації Рівненщини кінця ХХ – початку ХХІ ст. Дослідниця вивчає також основні тенденції в оновленні словникового складу медіалексики, а також простежує найпродуктивніші способи творення нових слів, що функціонують у мові масмедіа на базі питомих та іншомовних коренів.

Досить ґрунтовно аналізує тематичні групи та підгрупи нових дієслів соціально-економічної сфери, їх деривaційні особливості, динамічні процеси в семантичній структурі цих слів на матеріалі мови ЗМІ кінця ХХ ст. М. І. Навальна. Ця ж дослідниця комплексно досліджує лексичну дифузність у мові української періодики першого десятиріччя ХХІ ст.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Вважається, що проникнення іншомовної лексики в українську мову зумовлене кількома позамовними чинниками. Це міжнародні контакти, туризм, а також розвиток науки й техніки. Як зауважує О. А. Стишов, «найтиповішими і переважними позамовними факторами є входження слова-назви разом із запозиченою реалією, явищем, процесом про них» [13, с. 54]. Наприклад, *планшет* ‘новий різновид сучасних комп’ютерів, головною ознакою якого є сенсорний екран’, *бігборд* ‘великий рекламний щит із автономним освітленням’.

Важливу роль у появі нових слів у мові відіграють і соціально-психологічні причини. Мовці часто надають перевагу іншомовним словам, як більш престижним та модним (порівняно з питомими українськими). Так, замість *відпочинок* з’являється *уїкенд*, замість *вечірка – корпоратив*, а замість *образ – імідж*. Пор. уживання деяких з них у відповідних контекстах: *У цьому комплексі розваг та відпочинку діє принцип «все включено». Тут можна не лише гарно проводити час, а й відзначити важливі життєві події: весілля, дні наро-*

дження, тематичні вечірки, ***корпоративи*** («Волинь», 21.12.2012); *Скільки говорили недроброзичливці про негативний* ***імідж*** *України напередодні чемпіонату, скільки несприятливих прогнозів робили ті, хто може критикувати. І все це спростовано роботою влади і людей* («Волинь», 10.08.2012).

До внутрішньомовних чинників, які забезпечують появу нових лексичних одиниць, зараховуємо прагнення до економії мовних засобів. Ця тенденція полягає в тому, що під час мовлення відбувається відбір найраціональніших для спілкування мовних засобів: заміна словосполучень або описових зворотів однослівними найменуваннями (напр.: *губернатор* – керівник області, голова обласної адміністрації; *мас-медіа* – засоби масової інформації). Пор. у тексті: *Голова обласної держадміністрації чи, як у нас за кавою кажуть,* ***губернатор*** *Волині Борис Клімчук вимагав від Палиці гроші на вибори для волинських регіоналів* («Волинь», 21.08.2012).

Економія мовних засобів може виявлятися й у запозиченні українською мовою слів з інших мов не для номінації нових для нашої дійсності реалій, а для раціонального вираження тих чи інших уже відомих понять. Так, з'явилися такі слова, як ***менталітет*** – '*сукупність психічних, інтелектуальних, ідеологічних, релігійних, естетичних та інших особливостей мислення народу, соціальної групи або індивіда, що проявляються в культурі, мові, поведінці*'; ***саміт*** – '*зустріч, переговори або нарада керівників держав, вищих урядовців, лідерів партій*'; ***тендер*** – '*конкурс на придбання об'єктів виробництва*'.

Серед нових слів, що активно поповнюють лексику української мови, помітне місце посідають ***словотвірні неологізми***. При їхньому творенні використовують як морфемні ресурси конкретної мови, так і іншомовні морфеми. Наведемо приклади таких слів: ***медіа*** *– медійник,* ***піар*** *– піарник, піарщик,* ***спікер*** *– спікеріада,* ***прем'єр*** *– прем'єріада,* ***акція*** *– акціонування,* ***квота*** *– квотування* та ін. Напр.: *Після того, як під час голосування проекту Ківалова–Колесніченка на табло висвітилося 234 голоси «за», опозиціонери дещо розгублено й тихенько подалися в кулуари. Як пізніше пояснювали* ***медійникам*** *– розгубилися й не зорієнтувалися, що саме поставлено на голосування* («Волинь», 14.06.2012); *Просто кожен діє в рамках свого масштабу: уряд пообіцяє на мільярд, облдержадміністрація похвалиться мільйоном, а найнятий* ***піарник*** *прибрехне так, що й чиновникам стане соромно* («Волинь», 04.05.2012); *Що ж, нагадаємо читачам, хто тоді*

був мером Луцька. Богдан Шиба, швидше за все, взяв Гузя на роботу, щоб той (як ***піарщик*** *і партапаратник) допоміг йому повторно виграти вибор*и («Волинь», 12.10.2012); *Це що, вболівання за державу і український народ? Чи, може, треба було розтягнути так звані «****спікеріаду****» та «****прем'єріаду****» на місяці*? («Волинь», 21.12.2012).

Досліджуваний матеріал засвідчує паралельне вживання слів *піарник* та *піарщик*. Маємо зауважити, що такі найменування осіб за родом занять з суфіксами *-ник, -щик* перебувають у відношеннях взаємозаміщення, проте перша форма більш властива українській мові. Друга є характерною ознакою творення імен – назв осіб за родом занять у російській мові. Що ж до лексем *спікеріада* та *прем'єріада*, які мають виразну негативно-оцінну семантику, то вони утворені за допомогою запозиченого суфікса – *іад(а)* від назв найвищих державних посад України.

Аналіз мови сучасної волинської преси засвідчує різні тематичні групи нових іншомовних слів. Це:

– суспільно-політичні назви і поняття, напр.: *імпічмент* 'процедура залучення парламенту, вищих посадових осіб держави (президента включно) до судових процесів для позбавлення їх повноважень', *люстрація* 'заборона функціонерам високого рангу, усунутої від влади політичної партії, упродовж певного часу обіймати посади в державному апараті, обиратися в представницькі органи', *пікет* 'група людей, сформована під страйку для вираження протесту проти певних дій влади', *пікетування* 'мирний протест проти дій керівництва установи, держави', *політтехнолог* 'фахівець з організації політичних технологій', *політтехнологія* 'сукупність способів впливу на потенційних виборців, проведення різних політичних акцій', *політикум* 'сукупність осіб, яким належить політична влада в державі';
– фінансово-економічні терміни, напр.: *інвестор* 'фізична чи юридична особа, яка вкладає кошти в науково-технічний, комерційний, промисловий проект', *девальвація* 'зниження вартості національної валюти, що здійснюється центральним банком за системи фіксованого валютного курсу', *інфраструктура* 'сукупність галузей та видів діяльності, що обслуговують як виробничу, так і невиробничу сферу економіки для створення основи нормальної діяльності основних галузей матеріального виробництва та розвитку продуктивних сил країни', *демпінг* 'продаж товарів за нижчими цінами для усунення конкурентів'.

– слова, що репрезентують сферу культури і мистецтва, напр.: *дефіле* ‘урочистий показ нових моделей одягу на подіумі’, *дизайнер* ‘фахівець із дизайну; художник-конструктор’, *кастинг* ‘попередній відбір на конкурах краси, акторів на роль у фільмах; огляд-відбір’, *продюсер* ‘адміністративно-фінансовий організатор діяльності зі здійснення якого-небудь комерційного проекту (різних шоу, концертів, телепрограм тощо)’, *флеш-моб* ‘спланований масовий захід, у якому бере участь велика кількість людей, що протягом кількох хвилин виконують за сценарієм певні дії та рухи’;
– медична термінологія, напр.: *аромотерапія* ‘метод лікування, що ґрунтується на використанні цілющих властивостей запашних речовин; лікування запахами’, *фітотерапія* ‘лікування рослинними препаратами’, *радіотерапія* ‘метод лікування, основою якого є дія на організм людини і тварини доз природних або штучних радіоактивних препаратів’, *психотерапія* ‘метод лікування різноманітних захворювань людини через вплив на її психіку’, *кріохірургія* ‘оперативне лікування захворювань із застосуванням низьких та наднизьких температур’;
– юридична термінологія *дефолт* ‘невиконання яких-небудь вимог, установлених законом’, *оренда* ‘наймання, тимчасове платне володіння будівлями, виробничими площами, обладнанням, земельною ділянкою на договірних засадах’, *промоутер* ‘особа, яка сприяє організації якого-небудь заходу через залучення інвесторів, спонсорів’, *форс-мажор* ‘у цивільному праві – обставина, незвичайна подія, якій не змогла запобігти особа, відповідальна за виконання зобов’язань’;
– назви видів спорту: *дартс* ‘спортивна гра, яка полягає у метанні стрілочок-дротиків з пір’ям у круглу мішень’, *пауерліфтинг* ‘вид важкої атлетики – триборство, яке складається з присідань, зі штангою на плечах, віджимання її, лежачи на спині, та підіймання штанги’, *фітнес* ‘комплекс вправ для підтримання духовної і фізичної форми’. У волинських газетних текстах натрапляємо й на лексему *дербі*, яка, до речі, уживається в іншому, новому значенні – *матч між спортивними командами одного міста*. Напр.: *На жаль, західноукраїнське* ***дербі*** *довело, що нашим землякам до змагань такого рангу ще досить далеко* («Волинь», 20.11.2012).

Слова-запозичення у текстах періодичних видань виступають компонентами метафор, які образно відтворюють сучасні політичні реалії, зокрема ситуацію виборів. Наприклад, мова волинської преси актуалізує конструкцію *кастинг депутатів*, в основі якої лежить асоціація *вибори – театр*. За спостереженнями О.Андрейченко, «[…] метафорична модель зі сферою-джерелом "театр" часто допомагає журналістам знайти потрібне метафоричне поняття для ситуації виборів, оскільки концептуальна сфера "театр" […] є […] добре відомою для більшості носіїв мови» [1, с. 109]. Пор.: […] *громадяни тепер знають, що теж можуть проводити певний* ***кастинг депутатів.*** *Майданчик «Чесно» створений і в Луцьку, а регіональні платформи руху також є приблизно у 15 райцентрах* («Волинь», 17.12.2012).

Іншомовна лексика змінює (розширює) свою семантику. Так, назва *бестселер*, що має значення 'книга, яка користується підвищеним попитом і видана великим накладом; фільм, який користується найбільшою популярністю', актуалізується у контексті, в якому йдеться не про книгу та фільм, а про сучасний автомобіль, пор.: *Так, віднедавна український* ***бестселер*** *Lanos випускається з автоматичною коробкою передач японської фірми Aisin і новим 1,4-літровим двигуном − одним із найсучасніших у лінійці General Motors* («Волинь», 16.03.2012). Слова *подіум* та *бренд* також змінюють свою семантику. Пор. функціонування названих слів у таких контекстах: *Родзинкою вуличного дійства став* ***літературний подіум****, розташований біля книжкового пасажу, де за мікрофоном усі бажаючі мали змогу донести іншим свій поетичний дар* («Волинь», 10.07.2012); […] ***архітектурним брендом*** *Луцька по праву вважається Луцький замок* […] («Волинь», 27.12.2012).

Чимало новітніх лексичних запозичень вийшли за межі спеціальних функціональних сфер і стали відомими широкому загалу носіїв української мови. До таких належать: *бартер* 'одна із форм економічного співробітництва, за якої взаєморозрахунки між партнерами здійснюються не грошима, а товарами чи послугами', *презентація* 'публічне представлення чого-небудь нового, що недавно з'явилося, було створено', *креатив* 'творча, новаторська діяльність'.

Деякі дослідники називають такі лексеми «модними». Напр.: *Але розмірковувати, чи бути переходу, та наскільки рівноцінний такий «****бартер****», Борис Клімчук не береться* («Сім'я і дім», 06.05.2011); *Із сувоїв оксамиту, атласу, велюру, парчі там шиють справжні шедеври.*

Кожен виріб − це ***ексклюзив*** («Волинь», 15.12.2012); *Відбулася* ***презентація*** *плаката, календарів та лайтпостерів, які пропагують тверезість* («Волинь», 27.12.2012); *Сьогодні найуспішніші губернатори − це ті, які працюють у режимі народних губернаторів. Це молоді хлопці, під сорок років, − це драйв,* ***креатив****, нові ідеї* («Волинь», 20.12.2011).

Серед нових іншомовних слів, що характеризуються високою частотністю вживання у мові сучасної волинської періодики, варто назвати лексему *піар*. Це слово походить від англійської абревіатури PR («publicrelations»), яка дослівно перекладається як ‘зв’язки з громадськістю’. З невідомого раніше поняття зазначене слово стало звичною реалією в мовному середовищі зі значенням ‘особливий вид діяльності, спрямований на формування громадської думки з широкого спектра питань’.

Маємо зауважити, що слово *піар* функціонує в мові волинської преси не так стосовно бізнесової, рекламної чи благодійної діяльності, як обслуговує здебільшого політичні акції та виборчі кампанії. Пор.: *Наразі невідомо, з яким далеким прицілом Олег Ляшко розпочав свій* ***піар****, до речі, дуже недешевий* («Волинь», 07.03.2011); *Однак аналітики не виключають, що таким чином Королевська робить собі* ***піар****, а насправді хоче стати заміною Тимошенко* («Волинь», 12.01.2012).

Серед епітетів до цієї назви переважають слова з негативною оцінною семантикою, напр.: *чорний, дешевий, брехливий, брудний* (піар).

Окрему групу становлять лексеми, утворені внаслідок безпосереднього поєднання цієї іншомовної основи із самостійним словом за допомогою інтерфікса. Вона об’єднала іменники, до складу яких входить давно відома лексема чи частина слова, що є носієм морфологічних показників і граматичних ознак: *піар-акція, піар-кампанія, піар-агентство, піар-виступ, піар-крок, піар-хід, піар-технології, самопіар, паперопіар* та ін. Наприклад: *Відбулася своєрідна* ***піар-кампанія*** *на підтримку по обох обласних телеканалах, а інтерв’ю міського голови з’явилося навіть у львівській газеті «Експрес»* («Волинь», 26.07.2012); *В останній час для цих цілей залучаються і дорогі зарубіжні* ***піар-агентства*** («Волинь», 28.04.2011); *Дуже добре, якщо перед* ***піар-виступом*** *кандидат вдягає вишиванку* («Волинь», 20.10.2012); *Ефективність такої скринінгової програми відзначають фахівці мамологічного відділення обласного диспансеру. Мовляв, то − не балачки для галочки чи черговий* ***піар-крок*** […], *а реальна поміч простим людям* («Волинь», 19.04.2012).

Активне вживання слова *піар* у мові друкованих засобів масової інформації спричинило утворення від нього похідних афіксальним способом. Так, наприклад, у текстах регіональних газет фіксуємо лексеми *піарник, піарити, піаритися, попіаритися, пропіаритися, розпіаритися, пропіарений, розпіарений* тощо.

До частотних слів мови періодичних видань належить лексема *інтернет*. Тексти сучасної волинської преси засвідчують значну кількість похідних назв (складних слів) від цієї номінації, напр.: *інтернет-адреса, інтернет-аукціони, інтернет-видання, інтернет-голосування, інтернет-користувачі, інтернет-магазин, інтернет-марафон, інтернет-мережа, інтернет-порадник, інтернет-радіо, інтернет-ресурс, інтернет-сайт, інтернет-сторінка, інтернет-форум* та ін. Порівняймо уживання деяких лексем у контекстах: *У ході судового розгляду кримінальної справи було встановлено, що протягом 2011−2012 років ковельчанин, який ніде не працював, через* ***інтернет-аукціони*** *налагодив незаконне придбання спецзасобів і збував їх громадянам* («Волинь», 02.07.2012); […] *фестиваль розпочався екскурсіями древнім Лучеськом. А ще були* […] *зустрічі у творчих майстернях Волинської обласної телерадіокомпанії та* ***інтернет-видання*** *«Волинський інформаційний портал «Онлайн», бліц-інтерв'ю на вулицях Луцька, участь у святкуванні Дня Європи на Волині* («Волинь», 19.05.2012); *Остаточних переможців буде визначено шляхом експертного та* ***інтернет-голосування****, а 1 грудня нинішнього року відбудеться церемонія нагородження переможців* («Волинь», 18.08.2011); […] *у вечірній школі − аж 28 працівників написали заяви про відпустки за власний рахунок», − повідомляють* ***інтернет-джерела*** («Волинь», 07.02.2012); *Експерти включили Луцький замок до сімки кращих, а переможцем його зробили* ***інтернет-користувачі*** («Волинь», 22.11.2011).

Поряд з наведеними складними словами, де іменник *інтернет* виражає ознаку щодо другого іменника, у газетних текстах вживається прикметник *інтернетівський*. Пор.: […] *моя співрозмовниця настільки захопилась «****інтернетівським****» партнером (може, навіть ідеалізувала його), що їй дуже хотілося, аби ця зустріч відбулась* («Волинь», 13.01.2012). Маємо відзначити, що для української мови природно вживати замість «означальних» іменників прикметники. Як зауважує К. Г. Городенська, «потрібно, щоб прикметники цілком заступили співвідносні іменники, бо саме вони відповідають граматичній нормі і традиції української літературної норми» [3,с. 72].

У мові сучасної волинської преси фіксуємо складні слова, перша частина яких – ***євро-***, напр.: *євродепутат, євроінтеграція, єврокомісар, європарламент, європарламентарі, євроспільнота, євромайдан, Євросоюз*. Зазначені лексеми моделюють поняттєве мікропіле «європейськість», що асоціативно пов'язується з високим розвитком культури та суспільства.

Названі слова перебувають у зоні пильної уваги журналістів, про що свідчать такі тексти: […] ***євродепутати*** *закликали українську владу покласти край вибірковому застосуванню правосуддя в Україні на всіх рівнях, створити рівні умови для участі опозиційних партій в політичному житті країни* […] («Волинь», 14.12.2012); *Поважна делегація* ***європарламентарів****, котра присутня на цій конференції, засвідчує про їхнє бажання бачити Україну в* ***Євросоюзі*** («Волинь», 01.06.2012); *З наміром вразити* ***євроспільноту*** *набудували, наствопювали, вклали величезні ресурси, а після завершення чемпіонату ці об'єкти виявилися більше не затребуваними* («Волинь», 03.02.2012). Характерно, що виділені слова функціонують у газетних публікаціях, з яких довідуємося про політичне життя України.

Слова зі складником ***євро-*** утворюються внаслідок поєднання усіченого слова-означення та повного слова-означуваного. Початковим скороченим компонентом прикметникового походження виступає запозичена лексемо-морфема. Наприклад: *євроремонт, євростандарт* та ін. Напр.: *Здійснено* ***євроремонти*** *у терапевтичному та кардіологічному, всі палати облаштовані і в неврологічному та хірургічному відділеннях* [обласного госпіталю для інвалідів] («Волинь», 10.07.2012); *Сьогодні ж у нас лише окремі підприємства реально впровадили* ***євростандарти*** *ефективності управління охороною праці та оцінки ризиків* («Волинь», 25.12.2012).

Інше запозичення *мас-медіа*/*медіа*, що у сучасному українському літературному мовленні дедалі частіше замінює громіздку словосполуку *засоби масової інформації*, завдяки своїй компактності теж виявляє високу словотвірну активність. Так, у текстах волинських періодичних видань фіксуємо це запозичення у формі *мас-медіа* та похідні від нього лексеми *медіа-атака, медіа-бізнес, медіа-дім, медіакампанія, медіа-клуб, медіа-монополія, медіа-партнер, медіа-програма, медіа-простір, медіа-ресурс, медіа-холдинг, медіа-центр, медіаексперт, медіа-бізнесмен, медіа-магнат*. Пор. деякі контексти уживання названих новотворів: […] *у* ***медіа-домі*** *ВОДТРК відбудеться*

круглий стіл «Проблеми книгочитання в Україні» за участю представників Державного комітету телебачення та радіомовлення, видавців та книгорозповсюджувачів, гостей з Литви, Білорусі та Польщі («Сім'я і дім», 05.05.2011); *Переможці конкурсу отримають подарунки від МТС, а найкращі твори публікуватимуться на сайті* ***медіа-партнера*** *конкурсу – Волинському інформаційному порталі* («Сім'я і дім», 22.11.2011); *Розвиток університетів, впровадження нових підходів до реалізації наукових досліджень на конкурсній основі, формування сучасного культурного* ***медіа-простору*** *на основі телеканалу «Культура», національної мережі електронних бібліотек* […] − *це неповний перелік заходів, які ми маємо здійснити наступного року* («Волинь», 27.12.2012).

Активність опрацювання лексеми *медіа* в професійному мовленні журналістів доводить поява таких словосполук: *медійний простір, медійна кампанія, медійна справа, медійні стандарти*. Наприклад: […] *в* ***медійному просторі*** *вже з'явилося чимало чуток та інсинуацій навколо «УДАРу» і людей, які представляють цю політичну силу на Волині* («Волинь», 20.01.2012); *Цей результат пояснюється, по-перше, найбільш потужною серед політичних сил* ***медійною кампанією*** *та її активною роботою в плані регіональних турів, які на відміну від інших політиків Королевська веде дуже і дуже активно* («Волинь», 04.05.2012); *Учасники наради також акцентували увагу на необхідності змін чинного українського законодавства у сфері телерадіомовлення і його адаптації до європейських* ***медійних стандартів*** («Сім'я і дім», 17.05. 2012).

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, аналіз мови сучасної волинської преси переконливо засвідчує, що у досліджуваних текстах функціонують різні тематичні групи нових іншомовних слів. Це, зокрема, суспільно-політична, фінансово-економічна, медична, юридична та ін. лексика. Серед названих лексико-тематичних груп найбільшу становлять слова на позначення суспільно-політичних понять.

Нові іншомовні слова, що збагачують словниковий склад волинських друкованих засобів масової інформації, найчастіше створюються за допомогою афіксальних способів словотвору (префіксального, суфіксального тощо), а також способом осново- і словоскладання.

Запозичення у мові сучасної волинської преси розрізняються за ступенем їхньої адаптації. Одні з них вживають зрідка чи тільки в

текстах окремої тематики і вони не входять до активного вжитку носіїв мови, інші функціонують постійно, стають модними в мовному середовищі носіїв інформації, спричиняють появу складних номінацій чи суфіксальних похідних тощо. Такі слова зазнають відповідної еволюції, змінюють свій статус і переходять на наступний етап свого функціонування як у мові періодики, так і в мові загалом. Зазначені процеси в мові є безперервними, тому потребують подальших досліджень та аналізу.

Література

1. Андрейченко О. Вибори вчора, сьогодні, завжди… (метафора на позначення поняття «вибори»у мові ЗМІ) / О. Андрейченко // Культура слова. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. – Вип. 72. – С. 107–112.
2. Архипенко Л. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця XX – початку XXI ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Л. М. Архипенко ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2005. – 20 с.
3. Городенська К. Не цурайтеся прикметників. Вони – наші!? / К. Городенська // Українська мова. – 2009. – № 4. – С. 72.
4. Єрмоленко С. Я. Мова преси / С. Я. Єрмоленко // Українська мова : енциклопедія. – К. : Укр. енцикл. ім. М. П. Бажана, 2004. – С. 352.
5. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси (кін. XIX − поч. XX ст.) / М. А. Жовтобрюх. − К. : Наук. думка, 1970. − 302 с.
6. Карпіловська Є. Семантичний потенціал слова як основа прогнозування інновацій / Є. Карпіловська // Мовознавчий вісник. – 2008. – Вип. 6. – С. 161−170.
7. Карпіловська Є. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону : чинники стабілізації інновацій / Є. Карпіловська // Українська мова. – 2008. – № 1. – С. 24−35.
8. Коць Т. А. Літературна норма у функціонально-стильовій і структурній парадигмі / Т. А. Коць. – К. : Логос, 2010. – 303 с.
9. Коць Т. А. Функціонування варіантів у засобах масової інформації (на матеріалі газет 90-х рр. XX ст.) / Т. А. Коць // Мовознавство. – 1997. – № 6. – С. 43−51.
10. Мітчук О. А. Нові слова та їх значення у мові мас-медіа Рівненщини : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / О. А. Мітчук ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. − Львів, 2006. − 18 с.
11. Навальна М. І. Динаміка лексикону української періодики початку XXI ст. : [монографія] / М. І. Навальна. – К. : Ін-т укр. мови ; Вид. дім Дмитра Бураго, 2011. – 328 с.
12. Нові слова та значення : словник / Ін-т укр. мови НАН України ; уклад. : Л. В. Туровська, Л. М. Василькова. – К. : Довіра, 2008. – 271 с.

13. Стишов О. А. Нові лексичні запозичення в мові засобів масової інформації / О. А. Стишов // Культура слова. – 1998. – Вип. 51. – С. 53–60.
14. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : [монографія] / О. А. Стишов. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. – 388 с.
15. Українська лінгвостилістика ХХ − початку ХХІ ст.: система понять і бібліографічні джерела / Ін-т укр. мови НАН України ; уклад. : С. П. Бибик, С. Я. Єрмоленко, Т. А. Коць та ін. − К. : Грамота, 2007. − 368 с.

Джерела

1. «Волинь».
2. «Сім'я і дім»

Мялковская Людмила, Тихая Лариса. Новая иностранная лексика в языке современной волынской прессы. Анализ языка современной волынской прессы свидетельствует о том, что в большинстве текстов функционируют различные тематические группы новых иностранных слов. Это, в частности, общественно-политическая, финансово-экономическая, медицинская, юридическая и другая лексика. Среди указанных лексико-тематических групп наибольшую из них составляют слова, которые обозначают общественно-политические понятия.

Иностранные слова в языке современной волынской прессы дифференциируются за степенью их адаптации. Некоторые из них используются редко, зачастую в текстах отдельной тематики и они не включены в активное использование носителями языка, другие функционируют постоянно, становятся модными в языковой среде носителей информации. Такие слова постоянно эволюционируют, меняют свой статус и переходять на следующий этап своего функционирования как в текстах периодических изданий, так и в языке вообще.

Ключевые слова: неологизмы, периодические издания, публицистика, лексика, лексические единицы, лексема.

Myalkovska Ludmyla, Tykha Larysa. New Foreign Language Vocabulary in the Language of the Modern Press Volyn. Analysis of the language of modern Volyn press shows that in most of the texts are various thematic groups of new foreign words. This, in particular, socio-political, financial, economic, medical, legal and other vocabulary. Among these lexical and thematic groups most of them are words that mean the socio-political concepts.

Foreign language in the language of the modern press Volyn is differentiated for their degree of adaptation. Some of them are rarely used, often in separate topics and texts are not included in the active use of their mother tongue, others operate constantly, become fashionable in the language environment media. Such words are constantly evolving, changing their status and transitioning to the next stage theirfunktsionuvannyain lyrics periodicals, and in the language at all.

Key words: neologisms, periodicals, publishing, vocabulary, lexical units, the token.