

biblioteki Natsionalnogo universytetu «Lvivska polytehnika». Access mode: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6641/1/37.pdf>.

ДАНИ ПРО АВТОРА

Бугайова Оксана Іванівна, здобувач кафедри гуманітарних дисциплін

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Вул. Лаврська, 9, м. Київ, Україна 01015

e-mail: kbugajova777@gmail.com

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Бугаева Оксана Ивановна, соискатель кафедры гуманитарных дисциплин

Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств

Ул. Лаврская, 9, г. Киев, Украина 01015

e-mail: kbugajova777@gmail.com

DATA ABOUT AUTHOR

Bugayova Oksana Ivanivna, the candidate of the department of humanitarian disciplines

National Academy of culture and arts management

Lavrskaya street, 9, Kyiv, Ukraine 01015

e-mail: kbugajova777@gmail.com

DOI 10.5281/zenodo.1493198

УДК 81'373.613=111]:070:004.77(477)

**ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІА-ЛЕКСИКИ
ІНШОМОВНОГО ПОХОДЖЕННЯ В СУЧАСНИХ
УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ**

Молоткіна Ю. О.

У статті аналізуються новітні лексеми іншомовного походження, які були запозичені зі сфери медіа лексики.

Проблема проникнення англiцизмiв в українську мову є актуальною для сучасного українського мовознавства. У

зв'язку з участю України в процесах глобалізації, запозичення іношомовних слів відбувається безперервно, збагачуючи словниковий склад мови новими поняттями та реаліями. Однією з важливих проблем сучасної україністики є диференціація новітніх іношомовних лексичних одиниць, оскільки запозичуються не лише окремі слова, а цілі шари лексики іноземної мови. Дослідження вживання чужомовних лексем у періодиці є важливим, адже саме через засоби масової інформації поширюються та доносяться до мовця новітні запозичення.

Метою цієї наукової розвідки є аналіз іношомовних лексем медіа тематики, зафіксованих у текстах сучасних українських Інтернет-видань.

Доведено, що мова сучасної української Інтернет-періодици дуже насичена не лише запозиченнями з соціально-економічної лексики англійської мови, а й лексемами з медіа тематики, оскільки, у зв'язку з посиленням ролі засобів масової інформації у суспільстві, виникає потреба в найменуванні нових реалій у сфері українських мас-медіа.

Ключові слова: сучасна українська мова, публіцистичний стиль, Інтернет-видання, запозичення, англіцизми, мас-медіа.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕДИА-ЛЕКСИКИ ИНОЯЗЫЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УКРАИНСКИХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ

Молоткина Ю. А.

В статье анализируются новейшие лексемы иноязычного происхождения, которые были заимствованы из сферы медиа лексики.

Проблема проникновения англицизмов в украинский язык является актуальной для современного украинского языкознания. В связи с участием Украины в процессах глобализации, заимствования иностранных слов происходит непрерывно, обогащая словарный состав языка новыми понятиями и реалиями. Одной из важных проблем современной україністики является дифференциация новейших иностранных лексических единиц, поскольку заимствуются не

только отдельные слова, но и целые слои лексики иностранного языка. Исследование употребления иноязычных лексем в периодике важно, ведь именно через средства массовой информации распространяются и доносятся до населения новейшие заимствования.

Целью этой научного исследования является анализ иноязычных лексем медиа тематики, зафиксированных в текстах современных украинских Интернет-изданий.

Доказано, что речь современной украинской Интернет-периодики, очень насыщенная не только заимствованиями из социально-экономической лексики английского языка, но и лексемами с медиа тематики, поскольку, в связи с усилением роли средств массовой информации в обществе, возникает потребность в наименовании новых реалий в сфере украинских масс-медиа.

Ключевые слова: современный украинский язык, публицистический стиль, Интернет-издания, заимствования, англицизмы, масс-медиа.

BORROWED MEDIA VOCABULARY FUNCTIONING IN THE CONTEMPORARY UKRAINIAN ONLINE NEWSPAPERS

Molotkina Y. O.

The article analyzes the latest borrowed lexemes which were taken from the mass media vocabulary.

The problem of the Anglicisms' penetration into the Ukrainian language is relevant to the contemporary Ukrainian linguistics. Due to the participation of Ukraine in the processes of globalization, the lexemes' borrowing is unstoppable and enriches the lexicon with new concepts and realities. One of the important problems of the contemporary Ukrainian studies is the differentiation of the newest foreign language lexical units, since not only individual words have been borrowed but whole layers of the foreign language vocabulary. The study of the borrowed lexemes' usage in the periodicals is important, because it is through the media that the latest borrowing is disseminated among the speakers.

The aim of this scientific research is to analyze borrowed lexemes of media topics, fixed in the texts of modern Ukrainian online newspapers.

It is proved that the vocabulary of the contemporary Ukrainian online newspapers is filled not only with the lexical borrowings from the socio-economic vocabulary of the English language. There are also a lot of media vocabulary, since, due to the important role of the mass media in society, there is a need for the naming of new realities in the field of Ukrainian mass media.

Key words: *contemporary Ukrainian language, journalistic style, online newspapers, lexical borrowing, anglicisms, mass media.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Функціонування слів іншомовного походження є актуальним напрямом дослідження сучасної україністики. Запозичення чужомовних лексем є природним явищем для всіх мов, але протягом останніх двох десятиліть спостерігається інтенсифікація процесів проникнення іншомовних слів в українську мову. Через низку екстралінгвальних чинників, більшість новітньої запозиченої лексики становлять слова англійського походження. Англіцизми почали з'являтися в українському лексиконі ще в XIX ст., але тоді процес їхнього запозичення ще не відзначався особливою інтенсивністю. Проникнення англіцизмів посилювалося наприкінці XX ст. – на початку XXI ст., а саме після розпаду СРСР та проголошення Україною незалежності. Це було пов'язано з процесом розширення та зміцнення економічних, політичних, міжнародних культурних контактів, швидким розвитком науки та техніки та появою великої кількості нових реалій в усіх сферах життя суспільства.

Мовознавці по-різному оцінюють процес запозичення англіцизмів. Одні вважають це збагаченням лексичного складу української мови [15]. Інші навпаки мають досить пуристичні погляди й звинувачують авторів та журналістів у надмірному і часто недоречному захопленні «модними» іншомовними словами [10]. Проте, кількість іншомовних лексем з кожним днем зростає й перед дослідниками постають нові проблеми щодо їх уживання.

Однією з таких проблем є лексична диференціація новітніх запозичень, оскільки кількість слів іншомовного походження є безпрецедентно великою й, на сьогоднішній день, запозичуються не тільки окремі лексеми, а й цілі пласти іншомовної лексики. Крім того, слід зазначити, що чужомовні слова вживаються не лише як певні вкраплення, «їх творчо обробляють та пристосовують до чужого для них середовища, яке виявилось цілком сильним, щоб підпорядкувати собі чуже» [14, с. 55]. Лексеми іншомовного походження не просто пристосовуються до мовних норм мови-реципієнта, вони набувають певного стилістичного забарвлення та вживаються у різних функціональних стилях сучасної української мови. Засоби масової інформації відіграють важливу роль у поширенні новітніх запозичень, оскільки саме через них «активно доносять до споживачів інформацію нові лексеми» [14, с. 55]. Також, велику роль у популяризації іншомовних слів відіграють Інтернет-комунікації, саме тому ця наукова розвідка присвячена дослідженню чужомовних лексем в мові онлайн-газет, оскільки сьогодні наявними є процеси технологізації суспільства й Інтернет-газети стають набагато поширенішими, ніж їхні друковані аналоги. Це зумовлює **актуальність** цього наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, присвячені вивченню особливостей адаптації та функціонування слів англомовного походження, належать в українській лінгвістиці до числа пріоритетних і посідають вагомe місце.

Велика кількість мовознавців досліджувала причини проникнення іншомовних запозичень в українську мову. Цьому питанню присвячено чимало праць сучасних дослідників, а саме: Л. М. Архипенко [2, с. 55-62], Н. В. Гудима [6], В. П. Сімонок [17, с. 226] та ін.

Функціонування іншомовної лексики в різних терміносистемах досліджували: Л. Д. Малевич (у водному господарстві) [13], М. І. Навальна (у сучасних мас-медіа) [14, с. 55-64], С. А. Федорець (у рекламі) [20] та ін.

Аспекти змін семантичної структури запозичених слів та особливості їхньої семантичної адаптації розглядали Н. В. Гудима [5], Т. Б. Лукінова [12], В. П. Сімонок [16] та ін.

Проблему стилю та мовної структури новинних текстів досліджували Т. ван Дейк [7], Т. С. Дроняєва [8], Л. Р. Дускаєва [9], Г. Я. Солганік [19] та ін.

Проте, незважаючи на чималу кількість праць, присвячених проблематиці запозичень та структурі текстів засобів масової інформації, функціонування слів англomовного походження в сучасних мас-медіа та їх лексична диференціація, на нашу думку, є недостатньо дослідженими.

Мета статті – проаналізувати медіа-лексику англomовному походження, зафіксовану в текстах сучасних українських мережевих видань.

Виклад основного матеріалу дослідження. У мові періодики зі стилістичної точки зору вживається найбільш неоднорідна лексика. Тут можна зустріти лексику усіх функціональних стилів української мови, що зумовлено різноманіттям тем та жанрів: соціально-політична лексика та фразеологія, суспільно-політичні терміни, різноманітні неологізми, модні слова, лозунги, слова іншомовного походження, емоційно-забарвлена лексика [4, с. 39]. До цього часу вживання лексичних запозичень досліджувалося в контексті їх використання як засобів виразності, для того щоб привернути увагу читачів та утримати їх інтерес (наприклад, у рекламних оголошеннях) [4, с. 39]. Проте, величезна кількість запозичень у текстах сучасних українських мас-медіа обумовлює їх лексичну диференціацію, оскільки до української мови сьогодні проникають цілі шари іншомовної лексики й тематика запозичень є надзвичайно різноманітною.

Ядром лексику засобів масової інформації вважають суспільно-політичну лексику. Це пов'язано з тим, що зміна влади, ідеології та політичного устрою в державі спричинює виникнення новітніх найменувань суспільно-політичного характеру, що постійно проникають у ЗМІ [3, с. 96]. Проте, у зв'язку зі збільшенням впливу засобів масової інформації та розвитком мережевих комунікацій, тексти української Інтернет-періодики надзвичайно насичені лексикою, пов'язаною з функціонуванням мас-медіа.

Так, досить поширеним став англiцизм **фідбек** (англ. **feedback**). В англійській мові це слово вживається здебільшого

у значенні «відгук, думка про щось (наприклад про новий продукт), зворотній зв'язок» [1]. Але в українських мас-медіа лексема **фідбек** звузила свою семантику і найчастіше використовується у значенні «зворотній зв'язок». Напр.: «Якщо політик просто вирішив, що виставлятиме якісь питання і моніторитиме час від часу відповіді, то цього недостатньо. Треба, щоб була логіка того, як він спілкується з народом, щоб народ бачив, що є якийсь **фідбек**, зворотній зв'язок. Це вимагає зусиль і часу» («Українська правда», 10.08.2015); «Я дуже скептично до цього ставилася і не думала, що це відбудеться до останнього моменту, коли вже це пішло – не пішло в ефір, скажімо так. Але **фідбек** є і донині. І я не очікувала, що він буде такий довгий, як хвіст комети... Дійсно, для аудиторії це багато означає» («Українська правда», 9.11.2017).

В Інтернет-виданнях часто можна зустріти іншомовні лексеми, які використовуються для позначення певних тенденцій у суспільстві. Наприклад, лексема **тренд** (англ. **trend**) у мові-джерелі має значення: 1) загальний розвиток або зміна ситуації або поведінки людей; 2) нові тенденції в одязі, макіяж тощо [1]. В українській мові це слово має схожу семантику: «загальна модна тенденція сезону, яку характеризує вираженість, впізнаваність, масовість і обмеженість у часі» [18]. Напр.: «Динамо» не в **тренді**: футболіст збірної України здивував вибором нового клубу» («Коментатор», 29.06.2017); «Варто також згадати й обрання Дональда Трампа. Але цей приклад свідчить про суміжний **тренд** – втому населення розвинутих країн від «класичної політики» і політичних гасел» («Українська правда», 6.04.2018); «Петраковський розповів, що під час голосування та підрахунку голосів не було критичних порушень, однак він розповів про **тренд** під час голосування» («Українська правда», 30.03.2018). Нами також було зафіксовано лексему похідну від англіцизму **тренд** – **медіа-тренд**. Напр.: «І перед тим, як я перейду до традиційного кількісного аналізу **медіа-трендів** минулого року, я розповім про свої особисті враження від перечитування всіх важливих новин за минулий рік» («Українська правда», 31.12.2016). Сюди ж можна віднести англіцизм **бренд**. В англійській мові **brand** означає: 1) тип продукту, вироблений конкретною компанією;

2) клеймо; 3) тавро [1]. У процесі адаптації до мовної системи української мови лексема бренд зазнала звуження своєї семантичної структури і вживається у значенні «торгівельна марка компанії, товару або продукту; сукупність графічної, текстової і іншої інформації, пов'язаної з компанією, продуктом або послугою, включаючи логотипи, гасла і тому подібне» [18]. Напр.: «У 21 столітті поле битви розгорнулося навколо останньої барикади – прямої демократії, яка нівелює парламентські змови, ручні партії і вибір без вибору на голосуваннях за розкручені політичні **бренди**» («Українська правда», 19.11.2016); «У Кабміні спростували неприємний міф про новий **бренд** України» («Українська правда», 18.05.2018); «Він пояснив, що **бренд** Ukraine Now орієнтований на іноземців, проте для його популяризації на теренах України форматом логотипу також будуть використовувати» («Українська правда», 18.05.2018); «Щодо інших **брендів**, Володимир Бандуров (Воля народу) і Олексій Білий (Опоблок) мають по шубі Fendi, дві Valentino – знову у Бандурова, дві Nafa Mink у Олени Колганової (Народний фронт)» («Українська правда», 11.05.2018).

Усе частіше в мові українських Інтернет-видань можна натрапити на запозичення, які пов'язані безпосередньо з процесом підготування публікацій. Прикладом цього є відносно нова лексема **фактчек**. Англіцизм **фактчек** (англ. **fact-check**) означає перевірку фактів, написаних в статтях чи новинах, на достовірність [1]. На ґрунті української мови це запозичення дещо розширило свою семантику і використовуються для найменування перевірки не тільки готових статей, а й перевірки фактів перед публікацією [18]. Напр.: «Головний **фактчек** планети. Як перевіряють висловлювання Трамп і Клінтон» («Європейська правда», 19.10.2016); «Мало правди. **Фактчек** прес-конференції Петра Порошенка» («Українська правда», 6.03.2018). Незважаючи на свою новизну, це запозичення вже має своє похідне, утворене афіксальним способом – **фактчекер** (той, хто займається перевіркою фактів перед їхньою публікацією) та похідний від нього складний іменник **фактчек-проект**. Напр.: «А поки

*фактчекери з далекої України вирішили проаналізувати, як їхні колеги з-за кордону перевіряють президентські дебати і хто з двох кандидатів бреше більше» («Європейська правда», 19.10.2016); «З них ми обрали сім найвпливовіших (п'ять ЗМІ і два найбільших **фактчек-проекти** Америки): The Guardian, Washington Post, Daily News, New York Times, CNN, PolitFact i Factcheck.org» («Європейська правда», 19.10.2016).*

Ще одним запозиченням зі сфери медіа тематики є лексема **контент-аналіз**. Цей складний іменник з неіншомовною частиною походить від англійського іменника *content*, який має декілька значень: 1) зміст; 2) об'єм; 3) обсяг; 4) суть; 5) вдоволеність; 6) задоволення [1]. В українській мові цей англіцизм зазнав зміни своєї семантики і вживається для позначення «будь-якої інформації, що розміщена на певному ресурсі» [18]. Відповідно, **контент-аналіз** це «якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» [11]. Напр.: «Нещодавно проект «*Медіа-розвідка*» було підтримано Центром **контент-аналізу**» («Українська правда, 31.12.2016).

Висновки дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. Аналіз іншомовних лексем, зафіксованих у сучасних українських Інтернет-газетах засвідчив, що велику частку серед новітніх запозичень складають англіцизми, які прийшли з медіа лексики англійської мови. Це пов'язано насамперед з глобалізаційними процесами у світі, активізацією міжнародної суспільної та політичної діяльності України та зростання впливу засобів масової інформації в українському суспільстві. Іншомовні лексеми в публіцистичному стилі сучасної української мови потребують подальшого наукового дослідження, оскільки їх кількість невпинно зростає й відповідно лексеми надходять не лише із медіа тематики, а й з інших тематичних груп англійської мови. Отже, проблема лексичної диференціації новітніх запозичень є актуальним питанням у сучасній україністиці.

Список використаних джерел

1. Cambridge Dictionary. URL: [https:// dictionary.cambridge.org/](https://dictionary.cambridge.org/).
2. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця ХХ – початку ХХІ ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2005. 314 с.
3. Богатырева Н. А., Ноздрин Л.А. Стилистика современного немецкого языка = Stilistik derdeutschen Gegenwartssprache: Учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. М.: Издательский центр «Академия». 2005. 336 с.
4. Грицай І. С. Мовні особливості сучасних засобів масової інформації. URL: http://xn--e1aajfpcds8ay4h.com.ua/files/image/konf%209/konf%209_5_9.pdf.
5. Гудима Н. В. Семантична адаптація запозичених лексем у сучасній українській літературній мові. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2013. Вип. 32(1). С. 27–31.
6. Гудима Н. В. Вплив мовних та позамовних чинників на збагачення словникового складу сучасної української літературної мови. URL: <http://litmisto.org.ua/?p=25529>.
7. Дейк ван Т. А. Анализ новостей как дискурса. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс1989.
8. Дроняева Т. С. Информационный подстиль. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. М.: МГУ, 2003. С. 273–298.
9. Дускаєва Л. Р. Мовна структура новинних текстів мережових видань. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2013. Вип. 37. С. 390–396.
10. Дьолог О. С. Новітні англіцизми – збагачення чи засмічення української мови? URL: <http://movoznavstvo.com.ua>.
11. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики: Монографія. К.: Центр вільної преси, 2003. 44 с.
12. Лукінова Т. Б. Українська лексика: семантичні зміни в запозичених словах. Мовознавство. 2013. № 2-3. С. 18–38.

13. Малевич Л. Д. Мовна і позамовна детермінованість процесів термінологічного запозичання. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. 2010. Вип. 14. С. 411–415.
14. Навальна М. І. Динаміка українського лексикону української періодики початку ХХІ ст. : [монографія]. Нац. акад. наук України, Ін-т укр. мови. К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2011. 328 с.
15. Панасюк І. М. Англіцизми навколо нас: аномалія чи норма? URL: http://irynapanasiuk.blogspot.com/2015/10/blog-post_25.html.
16. Сімонок В. П. Розширення семантичної структури запозичених слів. Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. 2016. Т.2, №5. С. 96–99.
17. Сімонок В. П. Семантико-функціональний аналіз іншомовної лексики в сучасній українській мовній картині світу. Х.: Основа, 2000. 332 с.
18. Словотвір. URL: <http://slovotvir.org.ua/>.
19. Солганик Г. Я. Стилистика текста: Учебное пособие. М.: Флинта, Наука, 1997.
20. Федорець С. А. Англійські запозичення в мові сучасної української реклами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2005. 18 с.

References

1. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>.
2. Arkhynpenko L. M. Inshomovni leksychni zapozychennia v ukrainiskii movi: etapy i stupeni adaptatsii (na materialii anhlitsyzmiv u presi kintsia XX – pochatku XXI st.) [Foreign language lexical borrowings in the Ukrainian language (based on anglicisms taken from the press in the end of the 20th – beginning of the 21st centuries)]: Phd thesis in philology : 10.02.01. Kharkiv, 2005. 314 p.
3. Bogatyreva N. A. Nozdrina L.A. Stilistika sovremennogo nemetskogo yazyka = Stilistik derdeutschen Gegenwartssprache: Ucheb. posobie dlya stud. lingv. vuzov i

- fak [Stylistics of the modern German language: textbook for students of philological higher educational establishments and departments]. M.: Publishing house «Academy». 2005. 336 p.
4. Hrytsai I. S. Movni osoblyvosti suchasnykh zasobiv masovoi informatsii [Linguistic peculiarities of modern mass media]. URL: http://xn--e1aajfpeds8ay4h.com.ua/files/image/konf%209/konf%209_5_9.pdf.
 5. Hudyma N. V. Semantychna adaptatsiia zapozychenykh leksem u suchasni ukrainskii literaturnii movi [Semantic adaptation of lexical borrowings in the modern Ukrainian language]. Scientific works of Kamianets-Podilskii Ivan Franko national university. Philological Sciences. 2013. Iss. 32(1). P. 27–31.
 6. Hudyma N. V. Vplyv movnykh ta pozamovnykh chynnykiv na zbahachennia slovnykovoho skladu suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy [Influence of the linguistic and non-linguistic factors on the Ukrainian language enriching]. URL: <http://litmisto.org.ua/?p=25529>.
 7. Deyk van T. A. Analiz novostey kak diskursa [News analysis as discourse]. Language. Cognition. Communication. M.: Progress, 1989.
 8. Dronyaeva T. S. Informatsionnyy podstil'. Yazyk SMI kak ob'ekt mezhdistsyplinarnogo issledovaniya: Uchebnoe posobie [Informational substyle. Mass media discourse as the object of the interdisciplinary research: Textbook]. M.: MSU, 2003. P. 273–298.
 9. Duskaieva L. R. Movna struktura novynnykh tekstiv merezhevykh vydan [Linguistic structure of the online issues]. Visnyk of Lviv University. Journalistic series. 2013. Iss. 37. P. 390–396.
 10. Doloh O. S. Novitni anhlitsyzmy – zbahachennia chy zasmichennia ukrainskoi movy? [New anglicisms – do they enrich or spoil the Ukrainian language?]. URL: <http://movoznavstvo.com.ua>.
 11. Kostenko N., Ivanov V. Dosvid kontent-analizu: modeli ta praktyky: Monohrafiia [Content analysis experience: models and practices]. Monograph. K.: Free Press Center, 2003. 44 p.

12. Lukinova T. B. *Ukrainska leksyka: semantychni zminy v zapozychenykh slovakh* [Ukrainian lexis: semantic changes in lexical borrowings]. *Linguistics*. 2013. № 2-3. P. 18–38.
13. Malevych L. D. *Movna i pozamovna determinovanist protsesiv terminolohichnoho zapozychannia* [Linguistic and non-linguistic determination of the term lexical borrowing]. *Scientific proceedings of Ostroh Academy National University. «Philology» Series*. 2010. Iss. 14. P. 411–415.
14. Navalna M. I. *Dynamika ukrainskoho leksykonu ukrainskoi perodyky pochatku XXI st : [monographiia]* [Evolution of Ukrainian Periodicals Lexicon in the Early 21st Century : monograph]. The National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Ukrainian Language. K. : Dmytro Buraho's publishing house, 2011. 328 p.
15. Panasiuk I. M. *Anhlitsyzmy navkolo nas: anomalii chy norma?* [Anglicisms around us – an anomaly or a norm?]. URL: http://irynapanasiuk.blogspot.com/2015/10/blog-post_25.html.
16. Simonok V. P. *Rozshyrennia semantychnoi struktury zapozychenykh sliv* [Semantic structure extension of borrowed words]. *Research journal of Drohobych Ivan Franko state pedagogical university. Series “Philology” (Linguistics)*. 2016. Vol.2, №5. P. 96–99.
17. Simonok V. P. *Semantyko-funktsionalnyi analiz inshomovnoi leksyky v suchasni ukrainskii movnii kartyni svitu* [Semantic and functional analysis of lexis in modern linguistic image of the world]. Kh.: Osnova, 2000. 332 p.
18. *Slovotvir*. URL: <http://slovotvir.org.ua/>.
19. Solganik G. Ya. *Stilistika teksta: Uchebnoe posobie* [Text stylistics: Textbook]. M.: Flinta, Science, 1997.
20. Fedorets S. A. *Anhliiski zapozychennia v movi suchasnoi ukrainskoi reklamy* [English lexical borrowings in the discourse of Ukrainian advertisements]: abstract of Phd thesis in philology : speciality 10.02.01 «Ukrainian language». Kharkiv, 2005. 18 p.

ДАНИ ПРО АВТОРА

Молоткіна Юлія Олександрівна, аспірант кафедри документознавства

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

вул. Ярослава Потапенка, 40 а, м. Переяслав-Хмельницький, Київська обл., Україна 08404

e-mail: molotkina_92@meta.ua

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Молоткина Юлия Александровна, аспирант кафедры документоведения

ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды»

ул. Ярослава Потапенка, 40 а, г. Переяслав-Хмельницкий, Киевская обл., Украина 08404

e-mail: molotkina_92@meta.ua

DATA ABOUT AUTHOR

Molotkina Yuliia Oleksandrivna, postgraduate student, Department of Document Science

State Higher Educational Institution «Pereiaslav-Khmelnytskyi State Pedagogical University»

40 a Yaroslava Potapenka Street, Pereiaslav-Khmelnytskyi, Kyiv region, Ukraine, 08404

e-mail: molotkina_92@meta.ua

УДК 81'373.612.2

КЛАСИФІКАЦІЇ МЕТАФОРИ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Овсієнко А. С.

У статті розглянуто найвідоміші класифікації метафори українськими та зарубіжними лінгвістами.

Кожен суспільно-політичний процес в країні супроводжується творенням та функціонуванням низки нових