

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ ЯК СТИЛІСТИЧНИХ ФІГУР ЯКОСТІ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ

МАРИНА КУХТИК, студентка 4-го курсу Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка

Науковий керівник: Стишов О. А., професор кафедри української мови Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка

У статті розглянуто стилістичну роль англіцизмів у публіцистичних текстах. Зосереджено увагу на англіцизмах як стилістичних фігурах якості – метафорі, метонімії та їхніх різновидах. Здійснено класифікацію англіцизмів-метафор за метою їхнього використання в публіцистиці. Проаналізовано найбільш частотні випадки персоніфікації англійських слів. Закцентовано увагу на особливостях лексичного й синтаксичного вживання англіцизмів із метою створення іронії. Робота засвідчує продуктивність застосування англіцизмів у ролі стилістичних фігур якості – запозичення збагачують публіцистичні тексти емоційністю, образністю, експресією.

Ключові слова: англіцизми, художні тропи, стилістичні фігури якості, публіцистичний стиль, метафора, концептуально-семантичне поле, персоніфікація, метонімія, перифраз, іронія.

Праці лінгвістів і зібраний нами значний фактичний матеріал засвідчили, що на початку ХХІ століття найбільш численну групу запозичень в українській мові становлять англіцизми. Їх поява зумовлена інформатизацією і глобалізацією сучасного світу, бажанням мовців реагувати на всі зміни, запити й потреби сьогодення. Одним із найбільш дієвих каналів входження англіцизмів до українського мовного простору вважаємо сучасні мас-медіа, зокрема – друковані видання.

Англіцизми у різних аспектах досліджували Б.Ажнюк [1], Л.Архипенко [2], Я. Битківська [3], Д.Борис [4], Є.Карпіловська [14], Н.Клименко [15], А. Ломцева [19], Н.Попова [36], В.Радчук [39], О.Селіванова [41], П.Селігей [42], О.Стишов [47; 48], Н.Ясинецька [51; 52] та ін. На функціонуванні англіцизмів у мові мас-медіа зацентували увагу К.Демченко [6], Т.Майструк [21; 22], Т.Медведєва [24; 25], О.Мітчук [26], М.Навальна [28], І.Пилипенко [34], Т.Рудакова [40], О.Стишов [45; 46; 47], Л.Туровська [50] та ін.

Мова мас-медіа – це головний дискурс публіцистичного стилю, у якому художня образність поєднана із сухим та раціональним фактажем. Тому в ЗМІ поряд функціонують конотативна розмовна лексика, образні книжні слова, неологізми, поетизми, а також стилістично нейтральна наукова й професійна термінологія, абстрактна лексика. Цільова засада публіцистичного стилю –

вплив на свідомість масового читача/слухача/глядача, – сприяє тому, що значну частину слів вживають не лише з номінативною, а й із емоційно-експресивною метою. Помічено, що все частіше в названому стилі як художній засіб використовують англіцизми. Дискурс сучасних мас-медіа демонструє розмаїття цих іншомовних входжень, приклади як вдалого, так і недоречного їх вживання.

Актуальність цієї статті зумовлена тим, що корпус англіцизмів у публіцистичних текстах постійно розширюється, частотність їх функціонування сприяє «розкручуваності», більшій пізнаваності мовцями, а згодом переносному вживанню, переосмисленню авторами статей із настановою на створення семантико-стилістичної маркованості, що є важливим засобом впливу на читача.

Мета статті – дослідити особливості вживання англіцизмів як стилістичних фігур якості в мові сучасної преси, з'ясувати їхню продуктивність у ролі художніх засобів.

Джерелами фактичного матеріалу для нашої студії слугували тексти українських періодичних видань: газет «Дзеркало тижня», «День», «Голос України», «Україна молода», «Високий замок»; журнальні видання «Країна», «Український тиждень».

Науково-теоретичною основою дослідження слугували праці таких дослідників, як І.Домрачева [7], В.Зайцева [10], А.Капелюшний [12; 13], А.Коваль [16], Л.Кравець [18], Т.Майструк [21; 22], Л.Мацько [23], Т.Медведева [24; 25], М.Навальна [28; 29; 30], Т.Панченко [32], О.Пономарів [35], Р.Прибора [37], Т.Рудакова [40], Л.Туровська [50] та ін.

У ході дослідження використано такі **методи**, як *описовий і аналітичний*, із допомогою яких з'ясовано особливості публіцистичного стилю, окреслено причини активізації англіцизмів в українськомовній пресі; *опозиційний метод*, при застосуванні якого здійснено семантичну класифікацію англіцизмів як метафор; *метод контекстуально-семантичного аналізу*, на основі якого досліджено англіцизми в текстовому оточенні, розкрито їхню стилістичну роль у публіцистиці; *функційний метод*, що дав змогу з'ясувати функції англіцизмів у мові друкованих видань.

Як відомо, до публіцистичного стилю належать мова й мовлення газетних і журнальних видань, радіо, телебачення, реклами, соціальних мереж. Розбіжності в термінологічному найменуванні цього функціонального стилю свідчать про розмаїття його виявів. Дослідники називають його *інформаційним стилем, стилем масової інформації, газетно-публіцистичним стилем* [32, с. 28]. Наразі найбільш містким вважається термін «публіцистичний стиль».

Основна мета публіцистичного стилю – це донесення до широких верств населення інформації про суспільно-політичне, культурне життя окремих місцевостей, країн, світу загалом. Причому автори повідомлень мають на меті не лише розповсюдити інформацію, але й сформувати в реципієнтів вигідну для себе позицію, певним чином керувати громадською думкою.

Публіцистичному стилю притаманні змістовність та інформативність, динамічність, наявність авторської оцінки повідомлюваного. Невід'ємні складники публіцистичного тексту – це логічні причинно-наслідкові зв'язки, точні факти. При цьому необхідність впливу на читача зумовлює застосування

образності, емоційний виклад інформації. Тому складниками публіцистики є «суспільно-політична лексика, політичні заклики, гасла, точні найменування (подій, дат, учасників, місця)» [23, с. 272] і «багатозначна образна лексика, що здатна привернути увагу читача і вплинути на нього, художні засоби — тропи і фігури» [23, с. 272].

Англіцизми – це найбільш численна в українській мові група запозичень. Оскільки англійська мова має панівний вплив у світі й відома як така, що допомагає порозумітися представникам різних народів, саме з неї запозичують назви для нових явищ і реалій сучасності. Запозичення з англійської мови – як з американського, так і з власне англійського її варіантів, – часто трапляються в текстах сучасних українських мас-медіа, зокрема й на сторінках газет, в інших друкованих періодичних виданнях. Вживання запозичень у друкованих ЗМК зростає з огляду на те, що нині розширюються й зміцнюються політичні, науково-технічні, економічні й культурні зв'язки між різними державами світу. Стилістичні особливості публіцистики також сприяють частотному вживанню запозичень.

Найбільш типовий приклад уживання запозичень у публіцистичних текстах – це їхня роль як термінів або складників словосполучень фахового характеру. Публіцистика розповідає про події суспільно-політичного, економічного життя, поступ у науковій сфері, розвиток культури й спорту, медицини та ін., а це потребує належної термінології. Чимало англіцизмів-термінів вживають щодо сфер політики й фінансів, розгляд яких переважає в газетних виданнях. А. П. Коваль вказує на «колорит офіційності, сухості, книжності» [16, с. 32], яким позначені терміни-запозичення. При цьому термінологічні запозичення «виконують номінативну функцію й не мають стилістичного навантаження» [12, с. 92].

Екзотизми в публіцистичних текстах також позбавлені емоційно-експресивного забарвлення. Такі англіцизми вказують на особливості англійської або американської культури. Це ввічливі звертання, як-от: *лорд*, *леді*, *містер*, *міс* або *місіс*; номінації предметів і явищ, таких як: *кеб*, *наб*; найменування традиційних страв, як-от: *фіш-ен-чїпс*, *хот-дог* тощо. Зазвичай, екзотизми вживають «зі стилістичною метою при описі якогось народу чи групи споріднених народів» [35, с. 77].

Проте вживання англіцизмів у періодиці чимдалі частіше втрачає нейтральний тон, «зокрема в текстах контрастного спрямування» [35, с. 74]. Англомовні входження постають як художньо-образні засоби: метафор, порівнянь, антитез, перифраз, каламбурів. Саме тоді виявляється їх стилістична роль [35, с. 74]. Автори публіцистичних текстів нерідко вживають терміни-запозичення і навіть екзотизми таким чином, що вони набувають невластивих їм семантичних відтінків, емоційного забарвлення, іронічного звучання тощо. Тому функції іншомовних термінів не обмежуються номінативною й пізнавальною – до них належать також оцінна й емоційно-експресивна [48, с. 52]. Окрім того, «засобом іронії, засобом створення комічного ефекту» [12, с. 92] стають будь-які запозичення, що вживаються в переносному значенні.

Оскільки було з'ясовано, що запозичені лексеми в мові публіцистики вживаються не тільки в прямих значеннях, задля номінації, а й із художньо-

образною семантикою, детально розглянемо використання англіцизмів як художніх засобів.

Художні тропи Л. Мацько поділяє на фігури якості (метафора, метонімія та їхні різновиди) й фігури кількості (гіпербола, мейозис, літота) [23, с. 328]. Фігури якості мають більше складників і найбільш поширені в текстах публіцистичного, художнього стилю. Тому вважаємо їх показовими для дослідження ролі запозичень як художніх засобів.

За Л.Мацько, метафора належить до фігур якості, заснованих «на зіставленні якостей і властивостей двох різнорідних предметів зі спільною для них якісною ознакою» [23, с. 328]. До таких фігур належать і різновиди метафори – персоніфікація, антономазія, алегорія, – а також метонімія зі своїми різновидами – перифразою, синекдохою, евфемізмом та іронією [23, с. 328].

У ході дослідження текстів газетних видань ми встановили, що журналісти найчастіше вдаються до метафоризації англіцизмів. Як відомо, метафора – це троп, побудований на перенесенні ознак із одного предмета або явища на інше на основі подібності, яка може бути за призначенням, формою, кольором [35, с. 43]. В основі тропа – як приховане порівняння, так і асоціативна образність [47, с. 367].

У журналістських текстах метафора здебільшого неглибока, позбавлена змістової багатоплановості – так звана експресивна метафора [12, с. 57]. Розуміння значення такого тропа обмежене контекстом вживання, бо «переносне значення підказане найближчим мовним оточенням» [12, с. 57]. Характерно, що у друкованих мас-медіа метафора виконує важливу стилістичну роль – поживляє текст експресивністю, полегшує сприйняття фактологічних даних, здійснює емоційний вплив на читача та ін.

Метафоризації зазнають переважно англіцизми з групи комп'ютерної лексики й одиниці на позначення культурних явищ.

Найчастіше метафори в текстах ЗМІ використовують:

1) Задля оцінки політичних процесів і представників влади. Сучасна друкована періодика найбільше уваги приділяє політичним питанням. Р.І. Прибора дослідив політичну метафору й виокремив основні принципи її творення. Так, важливу роль у політичній метафориці відіграють концепти Добра і Зла – явища, факти й події або прямо ототожнюються з добрими чи поганими символами [37, с. 336], або через порівняння набувають у свідомості читача ознак «доброго» чи «поганого» [37, с. 337]. Ще одним принципом творення політичної метафори Р.Прибора називає маркування ярликів – «встановлення асоціативних зв'язків за другорядною ознакою» [37, с. 338].

Розмежування позитиву та негативу і творення художньої образності на основі цих протиставлень – органічні риси публіцистики. На думку Л. Мацько, у публіцистичному стилі «всі лексеми, як правило, чітко поділяються на позитивно-оцінні й негативно-оцінні» [23, с. 272].

Прикладом відверто негативного опису політичних процесів є така метафора: *Не документ, не драма, а достатньо широкий анатомічний стіл – іншої оптики для **пекла постправди**, ймовірно, бути не може* (газ. «День» – №137-138, с. 22). Поряд із закликком анатомувати політичні процеси вжито метафору *пекло постправди*, створену на основі оригінального словосполучення *політика пост-правди*, яке виступає калькою з англійського

post-truth politics. Заміна лексеми свідчить про авторське ототожнення *політики* з *пеклом*, що має сформувавши в аудиторії подібне негативне й навіть агресивне ставлення до подій, про які йдеться.

Р.Прибора виділяє концептуально-семантичні поля функціонування політичних метафор: «спорт», «кримінальний світ», «армія», «міфічний світ», «тваринний світ», «кухня», «театр» [37, с. 339-340]. Водночас, сам автор зазначає, що перелік є далеко не повним, адже політичні метафори дуже розмаїті [37, с. 340]. На основі власного дослідження можемо долучити до поданого вище переліку також концептуально-семантичні поля «кінематограф», «суспільство» і «художній світ».

Прикладом метафори семантичного поля «кухня» є словосполучення «політична дієта»: *Недобудована дорога, прохання про допомогу, що залишилося без реакції, десь не спрацювала запропонована «політична дієта» - все це підриває довіру* (газ. «День» – №228-229, 2018, с 12). Автор тексту іронізує над обіцянками представників влади, яких вони не дотримуються.

Ототожнення прихильників президента зі спортивними вболівальниками маємо в такому прикладі: *...на тиждень раніше повного п'ятирічного строку. А не на два з половиною місяці, як порахував один недолугий математик із президентського фан-клубу* (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 2). Епітет *недолугий* і виразна метафора в сукупності надають повідомленню негативного забарвлення. Простежуємо натяк на те, що *президентський фан-клуб* – це люди, далекі від розуміння реального стану подій або залучені підкупом.

До концептуально-семантичного поля «кінематограф» належать політичні метафори, у яких події у владних колах ототоженні з *кастингами*, зйомками серіальної та кінопродукції: *Паралельно триватиме кастинг на більш ефективних і переконливих борців із корупцією, оскільки частенько новоявлені «комісари Каттані» <...> схожі на дорослих дітей персонажів того ж серіалу, але з іншого боку барикад* (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 2). Світ політики названо *серіалом* (англ. *Serial*). Як відомо, таким телепередачам властива передбачуваність сюжетних подій, типізація персонажів, відкладання сюжетної кульмінації тощо. Названі риси читач в уяві переносить на світ політичного життя. Метафора *кастингу* органічно доповнює авторську концепцію тексту. Можна сказати, що нагромадження метафорики семантичного поля «кінематограф» у межах тексту творить міф про політику як про передбачуваний світ із недолугими сюжетними рішеннями й однотипними героями.

Ілюстрацією метафори концептуально-семантичного поля «художній світ» вважаємо вираз: *Конституційний хендмейд* (журн. «Український тиждень» – №31, 2018, с. 8). *Хендмейд* (англ. *hand made*) – це власноруч створений виріб. Тут метафора натякає на схильність політиків до свавілля, здійснення нерозважних кроків.

Ще одне концептуально-семантичне поле, яке виокремлюємо – це «суспільство», до якого належить порівняння політичних явищ із соціальними явищами й процесами, як-от: *Гасло «Знижу вартість газу удвічі» <...> перетворилося на справжній флешмоб* (газ. «Україна молода» – №14, 2019, с. 6). Поняття *флешмоб* (від англ. *flash mob* — блискавична юрба) означає «масова, наперед спланована акція, у якій група людей раптово з'являється в

суспільному місці, протягом декількох хвилин із серйозним виглядом виконує наперед обумовлені дії абсурдного змісту і потім одночасно швидко розходиться в різні боки». У контексті виборів президента метафора *флешмобу* дає іронічну оцінку виголошуваних політичних обіцянок. Повторювані політичні гасла перестають сприйматися як щось реальне й викликають підозри або жарти виборців.

За такого підходу журналістів до метафорики політичне життя з площини реального переходить у вигаданий світ «закулісних ігор, кримінальний чи тваринний світ, світ нелюдських відносин» [37, с. 340]. Це формує негативний, за нашим переконанням, міф про те, що політична система не надається до перебудови, може викликати в читачів газетних видань змішані настрої іронічності та безсилля. Друковані видання особливостями своєї стилістики часом підживлюють міф про безнадійність політичної ситуації в країні, що негативно впливає на здатність і бажання представників суспільства зумовити позитивні зміни.

2) Під час опису нещодавніх змін у суспільстві й історичних подій.

До цієї групи метафор належить чимало англіцизмів із комп'ютерної сфери, а також із царини культури та спорту.

Передовсім розглянемо приклади вживання метафор стосовно сучасних суспільних процесів. Наприклад: *Багато мігрантів – «маятникові», тобто їдуть і повертаються. Тому важливо створювати умови для «бумеранга робочої сили», тобто стимулювати їх повернення... (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 10).* Метафора *бумеранга* виконує функцію акцентуації, оскільки повторно звертає увагу читача на вже виголошену тезу про те, що *мігранти їдуть і повертаються*, а саме – на плинність міграційних процесів.

Ілюстрацію метафоризації англіцизму з галузі комп'ютерних технологій маємо в такому реченні: *...головним драйвером зростання і найвагомішим його складником став сегмент споживчого кредитування... (газ. «Дзеркало тижня» – №5, 2019, с. 9).* Лексема *драйвер* (англ. *driver*), що позначає «комп'ютерну програму», а в жаргонному мовленні називає «водія», представлена тут у значенні «рушійної сили». Цікавим прикладом є також вживання англіцизму *інтерфейс* (англ. *interface* — *перегородка*): *...засновані інститути повинні <...> мати можливість служити інтерфейсом для переходу з однієї фінансової системи в іншу... (газ. «Дзеркало тижня» – №1, 2019, с. 7).* У галузі науки й комп'ютерних технологій *інтерфейсом* називають «сукупність засобів і правил, що забезпечують взаємодію пристроїв обчислювальної системи» [44]. На основі семи зв'язок утворено метафору, де *інтерфейс* означає «зв'язкову одиницю».

Незвичне застосування метафори знаходимо в газетних статтях історичної тематики: поруч із архаїзмами й історизмами журналісти вживають англіцизми в метафоричному значенні. Такий контраст мовного матеріалу збагачує текст емоційністю, засвідчує оригінальність авторського стилю журналіста. До прикладу: *У нас також був козацький стан – озброєні й цілком самодостатні люди, які належать самі собі, які служили кому хотіли й тільки на своїх умовах. Це був стан із відкритим кодом – теоретично в нього міг вступити кожен (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 3).* Словосполучення *вільний код* (англ. *open source*) вживають у сфері комп'ютерних технологій.

Ним позначають «вихідний код програмного забезпечення, який надається до відкритого читання і змін». У газетному тексті в основу метафори *вільного коду* покладена сема *відкритості*. Таким чином, автор тексту наголошує на неупередженості, прихильності козацтва до всіх, хто бажав прийняти козацький стан.

Ще один виразний приклад: *Остання з інстальованих у нас моделей державного управління – радянська, яка сягає корінням у Московське царство* (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 15). В комп'ютерній терміносфері *інсталяцією* (англ. *Installation*) називають «процес встановлення програмного забезпечення на комп'ютер кінцевого користувача» [20], а в мистецтві *інсталяція* – це «художня техніка, що використовує тривимірні об'єкти для зміни сприйняття простору людиною» [44] або «жанр образотворчого мистецтва» [44]. В наведеному прикладі з газетного видання використане значення саме з комп'ютерної галузі. За основу метафори взято сему «встановлення», яку автор трансформує в значення «впровадження».

3) Для психологічної характеристики.

З допомогою метафор нерідко наголошують на особливих здібностях індивіда, які порівнюють до надприродних: *В тебе що, комп'ютер є в голові, що ти всі патріотичні пісні знаєш?* (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 16). Метафора *комп'ютера* як пристрою, здатного зберігати величезні масиви інформації, у наведеному прикладі дає позитивну характеристику особи як «такої, яка має хорошу пам'ять». Так само змальовують надлюдські здібності наступні метафори: *Фільтр у вас в голові працює самотужки* (газ. «День» – №137-138, 2018, с. 29); *Так, помічаю, що мої «локатори» налаштовані на критичні сигнали, які можуть означати загрозу життю людини* (газ. «Голос України» – №161, 2018, с. 14). Або таке: *При феноменальному навчанні педагогіка стає «тлом», а «фігурою» ... є процес роботи мозку в режимі «суперпозиції» (коли дві півкулі працюють когерентно)* (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2018, с. 13). Тут запозичений із галузі фізики термін *суперпозиція* (англ. *superposition*), який означає «накладення двох фізичних величин» [20], трансформовано в метафору режим «суперпозиції». Тобто автор шляхом метафоризації використав фізичний термін для пояснення психічних явищ.

В іншому випадку метафора акцентує увагу на творчих здібностях індивіда: *«Продюсером» завклуба прозвали за активну роботу...* (газ. «День» – №137-138, 2018, с. 9).

4) Для оцінки зовнішнього вигляду осіб, предметів.

Подібні метафори вживають переважно в текстах стосовно модної, культурної, спортивної сфер, і в яких за рахунок художньої образності розважальність домінує над інформативністю. Наприклад: *...Петро може пристосувати проблемне взуття до ноги, запропонувати оригінальний «тюнінг»* (газ. «День» – №213-214, 2018, с. 19). Англiцизм *тюнінг* означає «процес доопрацювання автомобіля з метою покращення його стандартних заводських можливостей або створення унікального стилю» [20]. В основі метафори – сема *доопрацювання*, тож *тюнінг взуття* означає «вдосконалення виробу».

У текстах друкованих видань часто зустрічаємо персоніфікацію – різновид метафори, у якому неживі предмети й абстрактні явища набувають ознак живих істот. Звертаємо увагу на випадки, за яких персоніфіковані явища виражені лексемою-англіцизмом.

Цікавою є тенденція персоніфікації предметів і явищ у вигаданих або міфологічних істот. Наприклад: ... на реструктуризацію та приватизацію промислових **«монстрів»** (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 3). Промислові підприємства названі *монстрами*, що передбачає негативну конотацію, адже *монстр* – «виродок, потвора, почвара, страховисько, страшило» [20]. Ще один цікавий приклад – заголовок статті: **Інклюзія, інвестиції, інновації** – три кити сучасного розвитку охорони здоров'я, які не допливають до України (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 8). Тут різні за семантикою явища суспільно-політичної й фінансової галузей персоніфіковані в *трьох китів*, на яких, за віруваннями давнини, тримається світ. Тобто *інклюзію, інвестиції й інновації* автор статті вважає ключовими чинниками сучасного прогресу. Поряд із персоніфікацією маємо метафору – адже *три кити не допливають до України*, тобто держава позбавлена зазначених чинників розвитку, що уповільнює вдосконалення всіх галузей суспільного життя. Зазначимо, що експресивності заголовку надає й пароніміїність лексем (*інклюзія, інвестиції, інновації*), що близькі за звучанням (анафора), але мають різне значення. Така художня образність особливо властива для заголовків у публіцистичних текстах. Адже заголовок статті має бути не лише змістовним, але й експресивно насиченим, щоб привернути увагу читача й викликати його зацікавлення.

Зважаючи на те, що в публіцистиці найбільше уваги приділено подіям політичного життя, журналісти часто вдаються до персоніфікації країн світу: *Росія в нашому випадку є форвардом у брехні* (газ. «День» – №137-138, 2018, с. 29). Тут водночас маємо метонімічне перенесення (*російський уряд* → *Росія*) і персоніфікацію в образі *форварда* (англ. *Forward*) – так у футболі й хокеї називають гравця, «який атакує противника, щоб забити м'яч, шайбу у його ворота» [20]. У контексті уривка розуміємо, що автор має на увазі провідну роль російського уряду в розповсюдженні неправдивих свідчень.

Подекуди персоніфікуються явища з технічної сфери, зокрема комп'ютерної, як от у випадку лексеми *бот* (англ. *bot*, від *robot* — *робот*): ... можна заслати тисячі **ботів** у Фейсбук, але вони згубляться у натовпі **ботів** вітчизняних і згниють (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 2). Хоча англіцизм *бот* є скороченням від *робот*, у цьому випадку говориться про комп'ютерну програму, а не про матеріально наявну машину зі штучним інтелектом. Про персоніфікацію свідчить лексема *заслати* замість *поширити*, а також вираз – *згубляться у натовпі <...> і згниють*, у якому йдеться про дії, неможливі для явищ нематеріальної природи.

Маємо незвичний випадок персоніфікації англіцизмів, що об'єднані не за семантикою, а за походженням (як іншомовні лексеми): *В українську мову брутально вдерлися тренінги й кастинги, гендери й модератори, стартапи й апгрейди, лайфхаки і барбершопи, кіборги і вейпи, онлайнни і буккросинги, тачпанелі й гендмейди, скетчбуки, френди, геловіни та інші мовні покручі* (журн. «Країна» – №5, 2019, с. 28). В експресивно негативному тоні автор

персоніфікує запозичені слова, що, на його думку, *брутально вдерлися* в мовний простір України. Особливої емоційності й піднесеного звучання надає реченню його синтаксична будова. Тут маємо парний зв'язок складників (*тренінги й кастинги, гендери й модератори* та ін.) стосовно узагальнювального словосполучення *мовні покручі*.

Знаходимо й інші приклади персоніфікації, зокрема коли персоніфікуються психоемоційні стани людини: *Мій гід – власні емоції, підкаже, коли зустріну свою річ* (газ. «День» – №223-224, 2018, с. 28). Тут емоції, тобто психічні стани людини, названі *гідом* (англ. *guide* – провідник). Таким чином, засвідчено схильність автора статті при здійсненні окремих учинків посылатися на емоції, а не на прагматичні особистісні складники.

Іншим художнім тропом, що належить до фігур якості, є метонімія з такими її різновидами, як синекдоха, перифраз, евфемізм, іронія.

Мовне явище метонімії ґрунтується на перенесенні значень з одних предметів і явищ на інші на основі їх суміжності. Її стилістичне значення – у можливості оригінально подати інформацію, позбутися сухості й трафаретності мовлення [47, с. 368]. Порівняно з метафорою, метонімію рідше застосовують у публіцистичних текстах. Відповідно, ще меншою є кількість метонімічних тропів, утворених із допомогою англіцизмів. Та подекуди знаходимо й такі приклади: *...я вкотре з приємністю відслідковую зв'язок господинь при обміні рецептами, кулінарними порадами, смачними лайфхаками* (газ. «Україна молода» – №14, 2019, с. 14). Англіцизм *лайфхак* (англ. *life hacking* – життєві хитрощі) має значення «коротка корисна порада, що дозволяє з найменшими зусиллями вирішити життєве або побутове завдання» [20]. В наведеному уривку йдеться про *лайфхаки для приготування смачних страв*, і з допомогою метонімічного перенесення утворено словосполучення *смачні лайфхаки*.

З-поміж тропів, що належать до різновидів метонімії, на сторінках друкованих видань знаходимо перифрази й іронію з використанням англіцизмів.

Перифраз – це образне називання предметів і явищ, передовсім із метою надання їм емоційно-експресивного забарвлення й власної оцінки автора. Адже перифрастичний зворот може мати як позитивний, так і негативний відтінок. Наприклад: *Порівняно з нашими майстрами мікрофона вони були як мінімум ерудованішими, не кажучи вже про досвід* (журн. «Український тиждень» – №46, 2018, с. 34). Автор називає українських спортивних дикторів *майстрами мікрофона*, що, на перший погляд, здається позитивною характеристикою. Але надалі вітчизняні диктори протиставляються іноземним – більш ерудованим і досвідченим. Тож емотивну функцію в реченні виконує не лише перифраз, а й іронія.

Іронією називають художній троп, у якому ототожнення явищ і предметів здійснюється за контрастом. Відтак автор тексту з допомогою іронії передає власне критичне, глузливе ставлення до повідомлюваного. В наведеному вище уривку здійснено іронічне порівняння *майстрів мікрофона* (нібито знавців своєї справи) з їхніми зарубіжними колегами, які виявляються куди більш умілими.

Нерідко іронічні вирази в газетних текстах беруться в лапки: *Я би сказала, не страх, а певний негативний імідж держслужбовця поряд із такими*

«трендами» в Україні, як демонізація суддів чи недовіра до поліцейських (газ. «Дзеркало тижня» – №5, 2019, с. 11). Іншомовна лексема тренди (англ. Trend – тенденція) в іронічному дусі вказує на негативні явища в адміністративно-правовій і суспільній галузі.

Застосування лапок не завжди свідчить виключно про іронію. Якщо в лапки взято англіцизм, це може просто бути вживання варваризму, щодо правильності написання якого автор не впевнений. Або ж лапки можуть вказувати на те, що лексема лише умовно, побіжно стосується теми, вжита в переносному значенні, метафорично тощо. Це маємо розуміти виключно з контексту повідомлення.

Іронічні вирази також можуть відокремлювати через тире: *...періодичні успіхи українських біатлоністів, особливо біатлоністок на тлі повного провалу в решті зимових видів спорту – акробатичний фрістайл не пропонувати – виглядали як диво (журн. «Країна» – №5, 2019, с. 36). Тут, на основі вислову інтим не пропонувати, який часто вживають у анкетах знайомств на сторінках друкованих видань і в інтернеті, утворено вираз акробатичний фрістайл не пропонувати шляхом заміщення компонентів. Таким чином, автор поєднує іронію й насмішку, вдається до жарту зі зниженим відтінком.*

З метою іронізації в публіцистиці вживають і варваризми. Їх зумисне використовують для вираження негативного ставлення до сказаного: *Загалом, професійна гра в чесну людину – трохи плутане мовлення, надричний голос, клубок у горлі, а під час спічу про субсидії – очі «шреківського» kota, – влучає в запит, у десятку; І далі – знецінювальний спіч, завдання якого – «виявити ворогів» за певними дуже точними й конкретними ознаками... (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 13). Запозичена лексема спіч (від англ. Speech – промова) має виразно негативну конотацію, супроводжується коментарем професійна гра в чесну людину, епітетом знецінювальний. Іронічне застосування варваризму маємо й у такому реченні: *...дату проведення президентських виборів залишила у версії «лоєрів» Януковича (газ. «Дзеркало тижня» – №31, 2019, с. 2). Адвокатів президента журналіст називає лесрами (англ. Lawyer), що підкреслює критичне й неповажне ставлення як до самих адвокатів, так і до колишнього президента Януковича.**

Також англіцизм *істеблішмент* (від англ. *establishment*), що називає «еліту, правлячі кола держави» [20], у сучасних газетних виданнях має негативний, іронічний смисловий відтінок: *Це Москва і Газпром знову хочуть монополізувати європейський енергоринок і роблять це під супровід схвальних голосів німецького істеблішменту, будуючи «Північний потік-2» (газ. «Високий замок» – №9, 2019, с. 2); ...для нас євроінтеграція – це передусім не мета, а інструмент, за допомогою якого ми самі можемо долати опір істеблішменту задля поступу в запізній модернізації (журн. «Український тиждень» – №46, 2018, с. 19).*

Отже, зі стилістичних фігур якості метафора вирізняється найбільшою частотністю використання в публіцистиці. Англіцизми як метафори вживають для оцінки суспільно-політичних процесів і представників влади, опису психоемоційних станів людини, змалювання зовнішнього вигляду осіб і предметів, а також – для експресивної розповіді про історичні події. Поширені в публіцистичних текстах і персоніфікація, іронія, у яких вжито іншомовні

лексеми. Стилiстичну фiгуру персонiфiкацiї вживають для увиразнення авторської думки, надання емоцiйностi вислову. Персонiфiкуються переважно ангiцизми на позначення країн свiту, явищ iз технiчної сфери, психоемоцiйних станiв людини. Для iронiї вживають варваризми або iншомовнi лексеми, взятi в лапки. Найрiдше зi стилiстичних фiгур якостi трапляються метонiмiя й перифрастичнi звороти на основi запозичень з англiйської мови. Перифрастичнi звороти вживають як для позитивної, так i для негативної оцiнки предметiв i явищ. Використання ангiцизмiв у стилiстичних фiгурах антономазiї, алегорiї, синекдохи й евфемiзму вважаємо непродуктивним. Загалом, вживання ангiцизмiв як стилiстичних фiгур якостi в публiцистицi демонструє, що iншомовнi входження здатнi збагачувати текст образнiстю, емоцiйностю, експресiєю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ажнюк Б.М. Мовнi змiни на тлi деколонiзацiї та глобалiзацiї // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 48-54.
2. Архипенко Л.М. Iншомовнi лексичнi запозичення в українській мовi : етапи i ступенi адаптацiї (на матерiалi ангiцизмiв у пресi кiнця ХХ – початку ХХI ст.) [Текст] : дис. ... канд. фiлол. наук / Архипенко Людмила Михайлiвна. – Х., 2005. – 314 с.
3. Биткiвська Я.В. Тенденцiї засвоєння та розвиток семантики ангiзмiв у сучаснiй українській мовi : автореф. дис. канд. фiлол. Наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Я.В. Биткiвська; Прикарпатський нацiональний унiверситет iменi Василя Стефаника. – Iвано-Франкiвськ, 2008. – 368 с.
4. Борис Д.П. Неосленгiзми в англiйській мовi початку ХХI столiття : структура i семантика. – На правах рукопису. Дисертацiя на здобуття наукового ступеня кандидата фiлологiчних наук за спецiальностю 10.02.04 – германські мови. – Киiвський нацiональний лiнгвiстичний унiверситет МОН України, Киiв, 2017. – 212 с.
5. Босак Н.Ф., Печерська В.А. Причини появи запозичень-англiцизмiв в українських ЗМІ // Лексико-граматичнi iнновацiї в сучасних слов'янських мовах : матерiали II Мiжнародної наукової конференцiї, Днiпропетровськ, 14–15 квітня 2005 р. / [упор. Т. С. Пристайко]. – Днiпропетровськ : Пороги, 2005. – С. 43-45.
6. Демченко К.В. Функцiонування iншомовних лексем у текстах публiцистичного стилю. – [б.в.] – 2005. – С. 170-172.
7. Домрачева I.Р. Мовнi девiацiї в українських засобах масової iнформацiї / I. Р. Домрачева // Вiсник Донецького нацiонального унiверситету. Сер. Б : Гуманiтарнi науки. – 2015. – № 1-2. – С. 97-103. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnug_2015_1-2_18.
8. Жадько В.О. Основи журналістики та редакцiйно-видавничої справи : навч. посiб. / В.О.Жадько. – К.: СПД В.О. Жадько, 2005. – 352 с.
9. Жовтобрюх М.А. Мова української преси (газ. «День» о середини 90-х рокiв ХІХ ст.) / Жовтобрюх М.А. – К.: Вид-во Акад. наук УРСР, 1960. – 415 с.

10. Зайцева В.В. Метонімія як спосіб вторинної номінації у мові друкованих засобів інформації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 "Українська мова" / В.В. Зайцева. – Дніпропетровськ, 2009. – 20 с.
11. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Ю.А. Зацний / Київ. держ. ун-т. – К., 1999. – 430 с.
12. Капелюшний А.О. Практична стилістика української мови : Навчальний посібник . – Вид . 2-ге , перероблене . – Львів : ПАЮ , 2007. — 400 с.
13. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів: Практичні заняття : Навчальний посібник з курсів: "Практична стилістика укр. мови". "Стилістика тексту". "Редагування в засобах масової інформації" / А.О. Капелюшний. – Львів : ПАІС, 2003. – 543 с.
14. Карпіловська Є.А. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій / Євгенія Анатоліївна Карпіловська // Українська мова. – 2007. – № 4. – С.3-15; 2008. – № 1. – С.24-35.
15. Клименко Н.Ф. Оновлення словотворчих ресурсів як наслідок семантичної інтерференції мов / Н.Ф. Клименко // Збірник радова „Творба речи и њени ресурси у словенским језицима”. – Србија, Београд : Филолошки факультет универзитета у Београду, 2012. – С. 131-140.
16. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української мови. – Київ : Вища школа, 1987. – 349 с.
17. Коць Т.А. Функціональний аспект лексичної норми в засобах масової інформації (на матеріалі газет 90-х років ХХ ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. – Київ, 1997. – 194 с.
18. Кравець Л. Динаміка метафори в українській поезії ХХ століття: монографія. — К.: Видавничий центр "Академія", 2012. — 416 с.
19. Ломовцева А. Новітні англізми в українській мові та проблеми лексичної варіантності // Українська мова. – 2003. – № 1. – С. 96-102.
20. Лук'янюк В. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] / Володимир Лук'янюк. – 2001. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.jnsm.com.ua/ures/book/index.shtml?14966>.
21. Майструк Т. Номінативна функція англіцизмів різних семантичних груп у текстах публіцистичного стилю / Т. Майструк // Філологічні студії : Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету : зб. наук. праць. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2008. – Вип. 2 / [редкол.: Ж. В. Колоїз (відп. ред.), Д. Х. Баранник, П. І. Білоусенко та ін.]. – С. 37-44.
22. Майструк Т. Стилістичні функції англізмів різних семантичних груп у текстах публіцистичного стилю / Т. Майструк // Українська мова серед інших слов'янських: етнологічні та граматичні параметри : [матеріали Міжнародної наукової конференції] (Кривий Ріг, 5–6 листопада 2009 р.) / М-во освіти і науки України ; Криворізький державний педагогічний університет ; ред.: Ж. В. Колоїз (відп. ред.), П. І. Білоусенко, В. П. Олексенко та ін. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2009. – С. 454-459.

23. Мацько Л.І. та ін. Стилїстика української мови: Підручник / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько; За ред. Л.І. Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 459 с.
24. Медведєва Т.М. Інолексми як один із чинників становлення лексичної системи української мови // Дослідження з лексикології і граматики української мови : Збірник наукових праць. — Вип. 13. — Дніпропетровськ, 2013. — С. 66-74.
25. Медведєва Т.М. Структурно-семантичні особливості інолексем в мас-медійному дискурсі // Modern directions of theoretical and applied researches. — 2013. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/philosophy-and-philology-113/linguistics-and-foreign-languages-in-the-world-today-113/16565-113-0072>.
26. Мітчук О.А. Нові слова та їх значення у мові мас-медіа Рівненщини [Текст] : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 „Журналістика”. — Львів, 2006. — 167 с.
27. Мова сучасної масово-політичної інформації / Ред. колегія: І.К. Білодід (голова), Г.М. Колесник, М.П. Пилинський, В.М. Русанівський. — К. : Наук. думка, 1979. — 250 с.
28. Навальна М.І. Варваризми в мові сучасної української періодики / М. Навальна // Психолінгвістика. — 2012. — Вип. 9. — С. 217-225.
29. Навальна М.І. Динаміка лексикону української періодики початку ХХІ ст. : / О. Стишов // Українська мова. — 2011. — № 4. — С. . — К.: Інститут української мови, Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. — 328 с.
30. Навальна М.І. Жаргонізми в мові української преси // Українське мовознавство. Міжвідомчий науковий збірник / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. — Київ, 2008. — Вип. 38. — С. 147-152.
31. Наумовець А.Л. Імплементация англїцизмів в українській мові / А. Наумовець // Укр. термінологія і сучасність: зб. наук. праць — Вип. ІV. — К.: КНЕУ, 2001. — С.15-16.
32. Панченко Т.С. Нові явища в семантиці та словотворенні лексики в українській пресі початку ХХІ ст.: автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.01 / Панченко Тетяна Сергіївна ; Черкас. нац. ун-т ім. Богдана Хмельницького. — Черкаси, 2018. — 283 с.
33. Пилинський М.М. Мовна норма і стиль. — К.: Наук. думка, 1976. — 288 с.
34. Пилипенко І.О. Варіативність англїмовних запозичень у сучасних українських ЗМІ / І.О. Пилипенко // Мова і культура. — 2017. — Вип. 20. — Т. ІV (189). — С.131-136.
35. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник. — 3-те вид., перероб. і доповн. — Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2000. — 248с.
36. Попова, Н.О. Структурно-семантичні особливості новїтніх лексичних запозичень з англїської в українську мову (90-ті рр. ХХ ст. — початок ХХІ ст.) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Попова Наталія Олександрівна. — Х., 2004. — 196 с.
37. Прибора Р.І. Метафора як засіб впливу в друкованих засобах масової інформації / Роман Прибора // Наукові записки. — Випуск 59. — Серія: Фїлологічні науки (мовознавство). — Кїровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2005. — 379 с. — С. 334-340.

38. Радзієвська Т.В. Комунікативні стереотипи і сучасний газетний дискурс / Т.В. Радзієвська // Актуальные проблемы вербальной коммуникации: язык и общество : сборник научных трудов. – К. : Киевский национальный университет им. Т. Шевченко, 2004. – С. 77-82.
39. Радчук В. Українська мова в контексті глобалізації лінгвосфери / В.Радчук // Українська мова. – 2002. – №3. – С. 3-14.
40. Рудакова Т.М. Функціонування соціально-економічної лексики англomовного походження в українських засобах масової інформації кінця ХХ – початку ХХІ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова” / Т.М. Рудакова. – Луганськ, 2009. – 478 с.
41. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / Олена Олександрівна Селіванова. – К.: Видавництво Українського фітосоціологічного центру, 1999. – 148 с.
42. Селігей П.О. Що нам робити із запозиченнями? Ч. 2 / П. Селігей // Українська мова. – 2007. – № 4. – С. 16–32.
43. Сербенська О.А. Мова газети і мовотворчість журналіста в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. – Львів, 1992. – 419 с.
44. Словник української мови. Томи 1-8. [Електронний ресурс] // Український мовно-інформаційний фонд НАН України. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://lcorp.ulif.org.ua/ExplS/>.
45. Стишов О.А. Нові лексичні запозичення в мові засобів масової інформації / Культура слова. – К. – 1998. – Вип. 51, с. 53-60.
46. Стишов О.А. Особливості адаптації нових іншомовних слів у сучасних мас-медіа / О. А. Стишов // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – К. : Логос, 2005. – Вип 6. – С. 218-224.
47. Стишов О.А. Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних мас-медіа початку ХХІ століття // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – 2015. – Вип. 13. – С. 361–374.
48. Стишов О.А. Українська лексика кінця ХХ століття: (На матеріалі мови засобів масової інформації). – 2-ге вид., переобл. – К. : Пугач, 2005. – 388 с.
49. Супрун Л.В. Сучасне мовлення ЗМІ: зони ризику / Л.В. Супрун // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». – 2008. – № 1. – С. 154-159.
50. Туровська Л.В. Термінологічна лексика на сторінках періодичних видань // Українська мова. – 2007. – № 2. – С. 33-39.
51. Ясинецька Н.А. Переклад як передумова запозичення нових англiцизмів до української мови / Н.А. Ясинецька // Лінгвістичні дослідження. Актуальні проблеми сучасного художнього і галузевого перекладу: матеріали ІV Міжнар. наук.-метод. семінару, (21 берез. 2013 р.) – Горлівка: ГПМ ДВНЗ ДДПУ, 2013. – С. 81-84.
52. Ясинецька Н.А. Структурно-семантичні особливості та функціонування новітніх англiзмів в українській мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Ясинецька Наталія Анатоліївна. – Київ, 2013. – 253 с.

53. Ясинецька О.А. Переклад нових англомовних публіцистичних метафор українською мовою: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.16 "Перекладознавство" / Ясинецька Олена Анатоліївна; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, [Запоріз. нац. ун-т]. — К., 2009. — 328 с.