

12. Shymchuk, L.Yu., Skorbach Yu.O., Moroz D.R. (2018). Molodizhnyi sleng u suchasnyi angliyskiy movi // Materialy XLVII naukovo-tehnichnoi konferentsii. [Youth slang in modern English // Research Papers of the XLVII scientific-technical conference]. Vinnytsia-Kharkhiv, <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2018/paper/view/5464>.
13. Crystal, David (2001). *Language and the Internet*. – Cambridge: Cambridge University Press.
14. Crystal, David (2008). Texting. *ELT Journal: English Language Teachers Journal*, January: 77-83.
15. Deumert, Ana, and Sibabalwe, Oscar Masinyana (2008). Mobile Language Choices: The Use of English in Text Messages (SMS). *English Worldwide* (2): 117-147.
16. Gorney, Elizabeth (2012). The Language of Texting: Altering English or a Language of its Own? *The Review: A Journal of Undergraduate Student Research* (13): 39-42.
17. Green, Jonathon (1999). *The Slang Thesaurus*. London: Penguin Books.
18. Green, Jonathon (2007). Language: Intertextuality. *Critical Quarterly* 49(3): 124-128.
19. Jones, Ryan (2018). *Internet & Text Slang Dictionary & Translator* <https://www.noslang.com/dictionary/>
20. Hjarvard, Stig (2004). The Globalization of Language. How the Media Contribute to the Spread of English and the Emergence of Medialects. *Nordicom Review* 25(1): 75-97 <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0272>.
21. Oxford English Dictionary Online. (2003-2008). *WordNet 3.0, Farlex clipart collection* <https://www.thefreedictionary.com/Oxford+English+Dictionary+Online>.
22. Partridge, Eric (2006). *Origins: A Short Etymological Dictionary of Modern English*. L.: Routledge.
23. Plester, Beverly, Clare Wood and Victoria Bell (2008). Txt msg n School Literacy: Does Texting and Knowledge of Text Abbreviations Adversely Affect Children's Literacy Attainment? *Literacy* 42(3): 137-144.
24. Stenström Anna-Brita (2015). From slang to slanguage: a description based on teenage talk <https://aggslanguage.wordpress.com/slang-to-slanguage/>
25. Thorne, Tony (2014). *Dictionary of Contemporary English Slang*. Third edition / T. Thorne – London: A&C Black.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Надія Іваненко** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської мови та методики її викладання, заступник декана факультету іноземних мов Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* мовні картини світу, викладання англійської мови як іноземної, громадянська освіта.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Nadiya Ivanenko** – PhD, Associate Professor of the English Language and Methods of its Teaching Chair, Vice Dean of the Faculty of Foreign Languages, Central Ukrainian Volodymyr Vynnychenko State Pedagogical University.

*Scientific interests:* language pictures of the world, teaching English as a foreign language, citizenship education.

УДК 811.161.2'42

DOI: <https://doi.org/10.36550/2522-4077.2020.187.6>

## МОВНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ВОРОГА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

*Ольга КИРИЛЮК (Кропивницький, Україна)*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9764-8756>

e-mail: [kyryluk@ukr.net](mailto:kyryluk@ukr.net)

**КИРИЛЮК Ольга. МОВНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ВОРОГА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.** Статтю присвячено вивченню лексем, використовуваних для маркування опонента в інформаційній війні. Досліджено особливості асоціативно-семантичного поля “ворог”, зокрема структуру мікрополя “вороже суспільство”. Результати пропонованої розвідки дають підстави виокремити 5 асоціативно-семантичних груп: “п’ята колона”, “псевдоетноніми”, “вигадані істоти”, “путіністи”, “сепаратисти”. Також зосереджено увагу на мотивах вибору лексем та особливостях контекстів, у яких вони вживаються. Вивчено мовні засоби дегуманізації ворога.

**Ключові слова:** інформаційна війна, дискурс, асоціативно-семантичне поле, дегуманізація, мова ворожнечі, дискурс ненависті.

**KYRYLIUK OIha. LINGUISTIC MEANS OF THE ENEMY IMAGE FORMATION IN TERMS OF THE INFORMATION WAR.** The paper is devoted to the study of lexemes which are used by the society to mark an opponent in the information war. The peculiarities of associative-semantic field “enemy” are investigated, in particular the structure of microfield “hostile society”. It has been established that linguistic marking of enemies is a common phenomenon that, in difficult circumstances, integrates a society against an “enemy” – real or imagined.

The results of the suggested study make it possible to isolate five associative-semantic groups of lexemes for the designation of the enemy within the discourse of the Russian-Ukrainian information war: “fifth column”, “nationality”, “fictional beings”, “putinists”, “separatists”. The first group unites the lexemes that are used by the society in order to designate persons who, being in Ukraine, act in favour of the aggressor state: “fifth column”, “collaborators”, “tamzhenashiliudi” “yazykobortsi”. The second group is represented by the words associated with the ethnonym “Russian” by reference to traditional Russian concepts: “balalaiechnyky”, “chervonopasportni” and others. The third group is represented by the lexemes that impersonate the opponent. Such words assist to use the method of a fictional being, which is an effective way of propaganda. When a person imagines an opponent not as a similar one, but as some funny character, it gives the opportunity to perceive his physical destruction positively. The following names are defined: “vatnyk”, “vata”, “bavovna” etc. The fourth group is represented by the words formed by the name of the Russian president: “putintsi”, “puteniata”, “putinisty”. The fifth group combines the lexemes indicating the opponents' commitment to the ideas of separatism: “separiy”, “separatysty”, “separiuhy”.

Thus, the use of “hostile language” is a natural process of the information warfare. The topicality of the suggested research is the possibility to establish linguistic identifiers of the war period, as well as to study linguistic response of the society to the armed aggression.

**Keywords:** information war, discourse, associative-semantic field, dehumanization, language of hostility, hate speech.

**Постановка проблеми.** Формування образу ворога є одним з найважливіших складників ведення інформаційних воєн – як для сторони, яка здійснює напад, так і для тієї, що змушена захищатися. Такий образ дає можливість згрупувати суспільство навколо спільної ідеї боротьби, а у випадку реальних воєнних дій мотивує громадськість і піднімає бойовий дух війська. Для вибудовування образу ворога застосовуються в тому числі й вербальні засоби. Мовні одиниці, використовувані в дискурсі інформаційної війни щодо позначення ворога, мають переважно негативні конотації. У таких випадках можна оперувати термінами “мова ворожнечі”, “дискурс ненависті” та ін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості формування образу ворога неодноразово привертала увагу науковців різних галузей. Психологічні основи цього явища досліджує В. Кириченко (2015), особливості зображення ворога в інформаційному просторі вивчає Г. Почепцов (2018). Мовні аспекти формування образу ворога в радянській пропаганді детально проаналізовано в монографії Л. Масенко (2017). Торкається особливостей побудови образу ворога за допомогою метафори М. Фабішак (2007). Однак в українському мовознавстві досі немає праць, присвячених детальному аналізу слів та словосполучень на позначення ворога в умовах російсько-української інформаційної війни. Зокрема актуальним є визначення структури асоціативно-семантичного поля “ворог”. У попередніх розвідках нами було досліджено структуру асоціативно-семантичних мікрополів “країна-ворог” і “ворожі війська”. У пропонованій студії зосереджено увагу на структурі мікрополя “вороже суспільство”.

**Мета й завдання.** Мета статті полягає у вивченні структури мікрополя “вороже суспільство”, як складника асоціативно-семантичного поля “ворог” в українському інформаційному просторі у зв’язку з конфліктом на Донбасі. Реалізація мети передбачає виконання таких завдань: змодельовати структуру досліджуваного мікрополя, визначити асоціативно-семантичні групи, а також встановити мотиваційні особливості творення обраного набору лексем.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У будь-яких протистояннях образ ворога є необхідним. Наприклад, таким “ворогом” в період Євромайдану став спецпідрозділ МВС “Беркут”, який відзначився сутичками з активістам. Фрази на зразок “Беркут” убивав”, “Беркут” розстрілював”, “Беркут” розганяв” заповнили інфопростір в період кінця 2013 початку 2014 років, а лексема “беркут” на тривалий час набула негативних конотацій. Отже, пошук ворогів є звичним суспільним явищем. Найчастіше ворог узагальнює ненависть, спричинену проблемами в суспільстві. Так, В. Кириченко зазначає, що “образ «відьми» був пов’язаний з наслідками пандемії чуми в Європі та безсиллям католицької церкви, яка була основним джерелом інформації, у боротьбі з нею” (Кириченко, 2015). Лексема “відьма” стала маркером ненависті, пошуку винного. Нині це слово можна розглядати як елемент “мови ворожнечі”, як зброю в інформаційній війні тих часів. Таке маркування позбавляло жінку людських рис, оскільки відьми сприймалися в народних віруваннях як істоти, що знаються з

нечисто і часто перетворюються на звірів. Тому після того, як жінку оголошували відьмою, суспільство вже не сприймало її як подібну собі людину, а тому позитивно ставилася до призначених їй покарань. Тобто йдеться про “дегуманізацію”. Образ ворога, за словами І. Гасанова, уже передбачає його повну дегуманізацію (Гасанов, 1994). Саме існування такого образу передбачає боротьбу з ним, у тому числі й фізичне знищення. Щоб полегшити сприйняття факту такого знищення, варто домогтися, аби в людській свідомості розірвався зв’язок ворога з реальною людською істотою. Прийом дегуманізації був активно застосований радянською пропагандою: з незручними особами боролися, маркуючи їх за допомогою лексем “куркулі”, “куркульня”, “навуки”, “п’явки”, “шкідливі елементи”. У російсько-українській інформаційній війні теж можна простежити прийом дегуманізації: наприклад, росіяни називають українців – *укропами*, а українці росіян – *ватниками*.

У межах асоціативно-семантичного мікрополя (АСМ) “вороже суспільство” розглянуто слова на позначення будь-яких осіб, які в конфлікті підтримують політику опонента (ворога). У межах АСМ виділено низку асоціативно-семантичних груп (АСГ).

**АСГ<sub>1</sub> “п’ята колона”.** Цей термін вже традиційно асоціюється в суспільній свідомості з поняттям ворога: “*Росія і її «п’ята колона» в Україні використовують момент зміни влади для реваншу* (нардеп А. Герасимов, 25.06.2019). Словник дає таке визначення цього терміна: “таємні прихильники ворога, які провадять диверсійну чи шпигунську діяльність або ж готові до цього” (УСЕ, 2006). Історичне походження терміна пов’язане з періодом громадянської війни в Іспанії у 30-х роках ХХ ст. Уперше це словосполучення вжив іспанський генерал, який у своєму виступі на радіо заявив, що його війська рухаються на столицю чотирма колонами, але наступ на урядовий центр розпочне п’ята, яка вже перебуває там (Діак, 2006: 3). Тобто йшлося про сили, що вже знаходяться на території ворога й готові виступити проти нього в потрібний момент. Термін підхопила преса, й він миттєво набув популярності. Нині, в період збройної агресії на Донбасі, ним позначають українських громадян, які працюють в інтересах Росії. Однак використання цієї сполуки з таким же значенням було характерне ще до початку збройного конфлікту 2014 року. Зокрема, у 2006 році вийшла книга І. Діака “П’ята колона в Україні: загроза державності” (Діак, 2006), у якій передбачено можливі загрози внаслідок діяльності осіб та організацій, які ведуть проросійську діяльність. Однак один із ідеологів “русского міра” О. Дугін увів новий термін для позначення внутрішніх ворогів – “*шоста колона*”. Так він називає сили, які “вбудовані в систему російського державного керівництва”<sup>16</sup>, але не в усьому погоджуються з діями влади. До цієї АСГ варто зарахувати також лексему “*колаборанти*”, що позначає осіб, які співпрацюють з окупаційною владою. Синонімічним є слово “*тамженашілюді*”, що маркує проросійських політиків і активістів, які виголошують ідею примирення на будь-яких (переважно на російських) умовах: “*О, зараз набіжать тамженашілюді й розкажуть, як правильно жити*” (коментар у “Фейсбук”, 25.11.2019). До категорії “ворогів” у мережевому просторі зараховують також осіб, які заявляють про нібито “утиски російської мови” і виступають проти мовного закону. Вони отримали назву “*язикоборці*”, оскільки борються за “русский язык”. Традиційно на позначення “завербованих” громадян, які працюють на користь ворога, вживають і терміни “*агенти Кремля*” та “*кремлівські консерви*”.

**АСГ<sub>2</sub>. “псевдоетноніми”.** Після анексії Криму й збройної агресії на Донбасі для багатьох слово “російський” стало синонімом “ворожий”. На позначення громадян Росії почали використовувати лексеми з різноманітними негативними конотаціями: “*рашисти*” (росіяни + фашисти), “*русня*”, “*москалі*”. Ця група представлена конститuentами, що асоціативно пов’язані з етнонімом “росіяни” за рахунок згадування традиційних російських понять. Наприклад, лексеми “*лапти*”, “*лаптеногі*” акцентують увагу на традиційному взутті російських селян – лаптях, а “*кокошніки*” – походить від назви головного убору. Назва традиційного овочу (“*ріпа*”) стала твірною для номена “*ріпоїди*”. Так само слово на позначення народного музичного інструмента – “*балалайка*” – стало твірним для похідного – “*балаласчники*”, яким також називають у соцмережах росіян. Після масових отруєнь в Росії

<sup>16</sup> Дугін А. Нужно бороться с “шестой колонной”. URL <https://politobzor.net/35213-aleksandr-dugin-nuzhno-borotsya-s-shestoy-kolonnoy.html>

спиртовою настоянкою глоду (рос.*боярышник*), в українському сегменті мережі слово “*бояришніки*” стало синонімом до росіяни: “*Бояришніки славлять Путіна*” (коментар у ФБ, 15.12.2018). Колір російського паспорта став мотивом до слова “*червонопаспортні*” як синоніма до “росіяни”. Синонімічною до етноніма також є лексема “*ординці*”. Російський наратив так само представлений лексемами зі зневажливими конотаціями на позначення українців: “*укри*”, “*укропитеки*”, “*свідоміти*”, “*шароварники*”, “*салоїди*”.

**АСГ<sub>3</sub> “вигадані персонажі”**. Група представлена конститuentами з компонентом *вата* (*ватник, ватани, вата, вата-населення, ватна паличка, бавовна*). Наприклад: “*Донецькі “ватники” з гарматами святкують День визволення Донбасу*” (dpo.ua, 8.09.2015); “*Путін намагається показати своєму вата-населенню власну велич*” (Прямий канал, 24.12.2019). Лексемою “вата” позначають осіб, які притримуються проросійських або радянських поглядів. Термін походить від слова *ватник*, яким самі росіяни позначали своїх патріотів. В основі асоціації лежить певний тип одягу, стьобаний на ваті, який був поширений в добу СРСР. Маркуючи когось лексемою *ватник*, ми знеособлюємо опонента, переводимо його до категорії вигаданого персонажа, якого не шкода. Тому будь-які дії щодо нього, у тому числі й фізичне знищення, сприйматимуться позитивно, легко, на рівні гри. Так само впливає і маркування осіб словом *вата*, утвореним способом усічення від *ват-ник*. Така похідна лексема має узагальнювальне значення, а отже, ті, кого нею позначають, сприймаються не як окремі особистості, а як маса, позбавлена будь-яких людських ознак. Тому повідомлення про фізичне знищення таких осіб суспільство сприймає без співчуття, як це було б у разі використання замість слова *вата*, наприклад, слова *людина*. Показовою є народна творчість, як реакція на воєнні події: “*Не пустимо в хату російську вату*”. Зокрема, популярними були на початку проведення АТО короткі просторічні вірші у фейсбук-спільноті “Кокс Квасьневського”: “*У воздуху ошмьотки вати, як пізньої осеню листок – почали наші захищати Восток*” (26.05.2014); “*Як пахне щас горіла вата. Люблю цей запах по утрам. Він очень сладок і пріятен всім нам*” (5.07.2014). Поєднання слів “*ошмьотки вати*” або “*горіла вата*” насправді завуальовують поняття “*частини людських тіл*” та “*обгорілі людські тіла*”. Але реалістичне зображення не є прийнятним для інформаційної війни, оскільки передбачає співчуття, якого суспільство не готове проявляти стосовно ворога. Тому заміна слів “*тіло – вата*” надає висловлюванню комічності, у результаті чого інформація про чиюсь смерть сприймається позитивно. Асоціативно зі словом *вата* пов’язана лексема *бавовна* (матеріал, з якого виготовляють вату). Тому в мережі ці слова використовуються як синонімічні: “*Бавовні заборонили в’їзд в Україну*” (коментар у “Фейсбук”, 24.11.2015). Російське суспільство застосовує подібний прийом знеособлення, називаючи українців “*укропами*”. В інформаційному дискурсі часто можна почути фрази на зразок “*мочить укропов*”, “*косить укроп*”, що буквально означає “*вбивати українців*”. Окремо варто звернути увагу на лексему “*вишиватники*”. У мережі є такі визначення цього слова: “*ворог, який показово вдає з себе патріота, використовує символіку України та неявно робить шкоду Україні*”<sup>17</sup>; “*люди, які нічого не роблять, а лише вдають із себе патріотів заради самопіару*”<sup>18</sup>; “*людина, яка постійно говорить про свій патріотизм та любов до України, критикує владу, але нічого не роблять для блага держави*”<sup>19</sup>. Часто його використовують як синонім до слова “*всепропальщик*” (від фрази “*все пропало*”). Ним позначають людину, яка в критичній ситуації піддається панічним настроям і звинувачує владу у неможливості швидко вирішити певне питання. Такі дії теж позначають відповідним терміном – “*розганяти зраду*”. Близькими за змістом до слова “вата” є лексеми “*совок*”, “*совки*” на позначення прихильників СРСР. Також до цієї групи можна зарахувати лексему “*дєдивасвали*”, використовувану на позначення прихильників створеного мілітарною політикою культу перемоги Росії в Другій світовій війні. Слово утворене від поширеної російською пропагандою фрази “*дєды воевали*”, шляхом зрощення, і набуло усіх ознак іменника, а також стало твірним для кількох похідних: “*Дєдивасвали*” становлять значну частину населення”

<sup>17</sup> Вишиватник. URL: myslovo.com

<sup>18</sup> Троян А. Вишиватник, або всепропальщик звичайний. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2015/03/25/7062529/>

<sup>19</sup> Від ватників до вишиватників. URL: <https://tyzhden.ua/News/208271>

(коментар на ФБ, 10.05.2018), “Генетична пам’ять дедиваєвалів” (prubop.livejournal.com, 13.02.17).

**АСГ<sub>4</sub> “путіністи”.** Слова, що походять від прізвища президента Росії: *путіноїди*, *путіністи*, *путінська п’ята колона*, *путінські запроданці* (“**Путіністи** скаженіють через мовний закон” (OmTV UA, 27.07.2019). Терміни *путенята*, *путінці* утворені за аналогією до слів радянської доби – *жовтенята*, *ленінці*. Цими термінами маркують як самих росіян, так і політиків та активістів, які відверто ведуть проросійську діяльність у будь-яких країнах. Наприклад: “Кримські **путінці**: обличчя виборчої кампанії президента” (ua.krymr.com, 31.01.2018); “Чи перемогли **путінці** на виборах у Латвії?” (ukrinform.ua, 8.10.2018).

**АСГ<sub>5</sub> “сепаратисти”.** Слова цієї АСГ переважно використовують на позначення учасників бандформувань, які воюють на Донбасі проти української армії. Однак цими лексемами називають також прихильників російської політики: “Влада призначає на посади таких, як **сепар Шуфрич**” (коментар на zakarattyua.net.ua, 28.08.2019). Група представлена також похідними “*сепари*”, “*сепарюги*”, “*сепаратюги*”, “*сепарня*”, “*сепаратори*”. Синонімом до терміна “сепаратисти” стала лексема “**колоради**”, утворена від асоціативного позначення “георгіївської стрічки”, яку російська пропаганда зробила невід’ємним атрибутом власних патріотичних заходів, і активно нав’язувала його на території України. Спочатку стрічка використовувалася як символ перемоги під час заходів 9 травня, однак у 2014 році почала асоціюватися з сепаратистськими акціями на Донбасі. З 2017 року заборонена на території України. За схожість кольорів стрічки (помаранчеві й чорні смужки) з забарвленням колорадського жука проукраїнські активісти назвали її “колорадською”. Оскільки сама стрічка стала своєрідним символом сепаратизму, то й людей, які підтримували сепаратистські настрої, теж почали називати “колорадами”. Наприклад: “Краще знищувати потроху, по копійці, по **колорадику**” (коментар на forum.pravda.com.ua, 27.05.2014).

**Висновки і перспективи.** У результаті дослідження обраного корпусу назв, використовуваних в українському інформаційному просторі на позначення ворога, виокремлено 5 основних асоціативно-семантичних груп (АСГ) у межах мікрополя “вороже суспільство”. Подальші розвідки будуть присвячені детальному аналізу мікрополів “ворожі поняття” та “ворожі ЗМІ”.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Гасанов И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага». Москва, 1994. с3-7, 23–39. URL: [http://evartist.narod.ru/text9/15.htm#%D0%B7\\_28](http://evartist.narod.ru/text9/15.htm#%D0%B7_28)
2. Діак І. П’ята колона в Україні: загроза державності. Київ: ФОП Стебеляк, 2006. 128 с.
3. Кириченко В. В. Психологія образу ворога у масовій свідомості. *Філософія, релігія та культура в глобалізованому світі*. Житомир: ФОП О.О. Євинок, 2015. – С. 69-74.
4. Масенко Л. Мова радянського тоталітаризму. Київ: Кліо, 2017. 240 с.
5. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харків: Фолио, 2018. 800 с.
6. УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія. Львів: Тека, 2006. 1432 с. URL: <http://slovovalnik.org.ua/29/53407/19138.html>
7. Fabizsak M. A. Conceptual Metaphor approach to war discourse and its implications. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, 2007. 272 s.

#### REFERENCES

1. Gasanov, I. B. (1994). Nacionalnye stereotipy i «obraz vraga». [National stereotypes and “enemy image”]. Moscow, p. 3–7, 23–39. URL: [http://evartist.narod.ru/text9/15.htm#%D0%B7\\_28](http://evartist.narod.ru/text9/15.htm#%D0%B7_28)
2. Diak I. (2006). Piata kolona v Ukraini: zahroza derzhavnosti. [The fifth column in Ukraine: threat to statehood]. Kyiv: FOP Stebeliak, 128 p.
3. Kyrychenko, V. V. (2015). Psykholohiia obrazu voroha u masovii svidomosti // *Filosofiiia, relihiia ta kultura v hlobalizovanomu sviti*. [Psychology of enemy image in the mass consciousness // Philosophy, Religion and Culture in a Global World]. Zhytomyr: FOP O. O. Yevynok, pp. 69-74.
4. Masenko, L. (2017). Mova radianskoho totalitaryzmu. [Language of Soviet totalitarianism]. Kyiv: Klio, 240 p.
5. Pohepcov, G. (2018). [Propaganda 2.0]. Harkov: Folio, 800 p.
6. USE: Universalnyi slovnyk-entsyklopediia. (2006). [Universal Encyclopedia Dictionary]. Lviv: Tekka, 1432 p. URL: <http://slovovalnik.org.ua/29/53407/19138.html>
7. Fabizsak, M. A. (2007). Conceptual Metaphor approach to war discourse and its implications. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, 272 p.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Кирилук – кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри української філології, теорії та історії літератури Чорноморського національного університету імені Петра Могили.

*Наукові інтереси:* психолінгвістика, соціолінгвістика, лексикологія.

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Olha Kyryliuk – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Doctoral Candidate of the Ukrainian Philology, Theory and History of Literature Department at the Petro Mohyla Black Sea National University.

*Scientific interests:* psycholinguistics, sociolinguistics, lexicology.

УДК 811.161.2

DOI: <https://doi.org/10.36550/2522-4077.2020.187.7>

ЗАПОЗИЧЕННЯ *КАРШЕРІНГ* В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Тетяна ЛЕЛЕКА (Кропивницький, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6134-4435>

e-mail: [tleleka@ukr.net](mailto:tleleka@ukr.net)

**ЛЕЛЕКА Тетяна. ЗАПОЗИЧЕННЯ *КАРШЕРІНГ* В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ.** У статті розглянуто аспекти функціонування англомовних запозичень в українській мові на прикладі слова *каршерінг*. За основну гіпотезу прийнято положення про те, що заміна запозичень питомим словом не завжди є можливою, оскільки не охоплює основні семантичні ознаки інішомовного слова. У дослідженні подано семантичні характеристики слова *каршерінг*. Вхідження англоамериканських запозичень в українську мову початку XXI століття як результату мовних контактів є неминучим процесом, що пов'язано з інтернаціоналізацією англійської мови у світі та впливом глобалізаційних світових процесів на мову.

**Ключові слова:** запозичення, лексичне запозичення, англоамериканізм, інтернаціоналізація, глобалізація, мовні контакти.

**LELEKA Tetiana. THE LOAN *КАРШЕРІНГ* IN THE UKRAINIAN LANGUAGE.** The article deals with aspects of the functioning of English-language loans in the Ukrainian language on the example of the word *каршерінг*. The main hypothesis is that the replacement of the loan with a Ukrainian word is not always possible because it does not cover the basic semantic features of the Anglo-Americanism. The study presents the semantic characteristics of the word *каршерінг*. The entry of Anglo-American borrowings into the Ukrainian language of the early 21st century as a result of language contacts is an inevitable process, which is related to the internationalization of English in the world and the impact of globalization on the world languages.

Borrowing new realities is always associated with the entry into the language-recipient of new lexical units that represent a new reality. The processes of intercultural communication contribute to the spread of English-language lexical units in many languages of the world. Language is a living dynamic system, and the emergence of new words and concepts in it, as well as the extinction of old ones, is a natural process. There are many Anglo-Americanisms marking new phenomena in the Ukrainian language, and the problem of linguists is to preserve the specific language system and to find out which place in the lexical system of the Ukrainian language to provide to loan, which is an inevitable consequence of linguistic contacts and intercultural communication. The word *каршерінг* is a new reality that represents the use of the latest technologies.

Nowadays in the Ukrainian language there is no identical own word that can capture the semantic characteristics of the loan. The analysis of the semantic characteristics of the Anglo-Americanism has led to the hypothesis. That borrowing can be justified according to the linguistic and extra linguistic factors.

**Keywords:** borrowing, loan, Anglo-Americanism, internationalization, globalization, language contacts.

**Problem statement.** Modern intercultural communication is carried out in the context of globalization of English language culture and the internationalization of English. These processes objectively affect the mechanisms of language adaptation of the borrowed vocabulary. Language is a living system, and the emergence of new words and concepts in it, as well as the extinction of old ones, is quite a natural process (Мухін, 2007: 17).

The study of the interaction of linguistic and socio-cultural aspects is a priority of modern science and is of great theoretical and practical importance, especially against the background of increasing intercultural integration and linguistic globalization.