

**АНГЛІЙСЬКА МОВА ЯК ДЖЕРЕЛО ЛЕКСИЧНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ
У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ДИСКУРСІ****ENGLISH AS A SOURCE OF LEXICAL BORROWINGS
IN MODERN UKRAINIAN DISCOURSE****Грищенко О.В.,***orcid.org/0000-0002-4361-5705**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри журналістики та філології**Приватного закладу вищої освіти**«Міжнародний класичний університет імені Пуліпа Орлика»***Богуцький В.М.,***orcid.org/0000-0003-2179-9037**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри ділової української та іноземних мов**Навчально-наукового інституту права та психології**Національної академії внутрішніх справ***Ординська І.Я.,***orcid.org/0000-0001-9673-8576**кандидат філологічних наук, старший викладач,**доцент кафедри іноземних мов**Національної академії державної прикордонної служби України**імені Богдана Хмельницького*

Стаття присвячена дослідженню англійської мови як важливого джерела лексичних запозичень у сучасному українському дискурсі. Мета дослідження полягає у виявленні та аналізі англійської мови як основного джерела лексичних запозичень у сучасному українському дискурсі. У ході наукового дослідження використовувалися загально-наукові методи пізнання: аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, узагальнення та систематизація. Результати дослідження показують, що лексичні запозичення є закономірним явищем, зумовленим тривалими культурними, соціальними та політичними контактами. Особливу увагу приділено функціональній багатовимірності англіцизмів. Показано, що вони не лише заповнюють лексичні лакуни, а й виконують низку функцій: номінативну (хештег, селфі), термінологічну (вай-фай, консалтинг), оцінювальну (екшн, VIP), експресивно-стилістичну (suspense, колапс), інтернаціоналізаційну (short list, mainstream) та соціально-маркерну (френд, стейкхолдер). Доведено, що завдяки цим функціям англійська лексика активно інтегрується в українську мовну практику, створюючи нові стилістичні ресурси та впливаючи на динаміку дискурсу. У роботі висвітлено й практичний вимір використання англіцизмів. Зроблено висновок, що вони поширені в різноманітних сферах: інформаційних технологіях (браузер, логін, драйвер, лайк), бізнесі та фінансах (аудит, дедлайн, маркетинг, менеджер), суспільно-політичному просторі (імідж, мейнстрім, піар, рейтинг), спорті (армрестлінг, бодібілдинг, тайм-аут), масовій культурі (блокбастер, ремейк, лайфхак, шоу-бізнес) і повсякденному житті (фаст-фуд, чізкейк, ланч). Досліджено, що ці одиниці проходять процес фонетичної, морфологічної та словотвірної адаптації, завдяки чому закріплюються в мові. Разом із тим показано подвійний ефект цього явища: англіцизми з одного боку збагачують український дискурс і відкривають його для глобального простору, а з іншого – витісняють питоми слова та послаблюють мовну ідентичність. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів для подальших лінгвістичних студій, укладання словників новітніх запозичень, а також у розробці рекомендацій щодо збереження балансу між мовною модернізацією та національною ідентичністю.

Ключові слова: англіцизми, запозичення, дискурс, адаптація, ідентичність.

The article focuses on the study of English as an important source of lexical borrowings in modern Ukrainian discourse. The purpose of the research is to identify and analyze English as the main source of lexical borrowings in contemporary Ukrainian discourse. The study employed general scientific methods of cognition: analysis, synthesis, induction, deduction, comparison, generalization and systematization. The findings show that lexical borrowings represent a regular phenomenon caused by long-standing cultural, social, and political contacts. Special attention is paid to the functional multidimensionality of Anglicisms. It is shown that they not only fill lexical gaps but also perform a range of functions: nominative (hashtag, selfie), terminological (wi-fi, consulting), evaluative (action, VIP), expressive-stylistic (suspense, collapse), internationalizing (short list, mainstream) and social-marker (friend, stakeholder). The study proves that due to these functions English vocabulary is actively integrated into Ukrainian language practice, creating new stylistic resources and influencing the dynamics of discourse. The article also highlights the practical dimension of using Anglicisms. It is concluded that they are widespread in various spheres: information technology (browser, login, driver, like); business and finance (audit, deadline, marketing, manager); socio-political sphere (image, mainstream, PR, rating); sports (arm wrestling, bodybuilding, time-out); mass culture (blockbuster, remake, life hack, show business); and everyday life (fast food, cheesecake, lunch).

The research reveals that these units undergo phonetic, morphological, and word-formative adaptation, which ensures their consolidation in the language. At the same time, the dual effect of this phenomenon is shown: on the one hand, Anglicisms enrich Ukrainian discourse and open it to the global space, while on the other, they displace native words and weaken linguistic identity. The practical value of the study lies in the possibility of applying its results in further linguistic research, compiling dictionaries of recent borrowings, as well as developing recommendations for maintaining a balance between language modernization and national identity.

Key words: anglicisms, borrowing, discourse, adaptation, identity.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі українська мова перебуває у постійному процесі оновлення та збагачення, і одним із ключових чинників цього розвитку є лексичні запозичення. Історично іншомовна лексика завжди була складовою українського словника, проте саме англійська мова останніх десятиліть посідає домінантне місце у формуванні нових мовних ресурсів. Це пояснюється провідною роллю англійської у науці, техніці, масовій культурі, бізнесі та цифрових технологіях, що робить її основним донором нової лексики для багатьох мов світу, зокрема й української.

Запозичення з англійської мови не обмежуються лише номінацією нових понять – вони формують цілі пласти сучасної комунікації, впливають на стилістичні й функціональні характеристики українського дискурсу. Англіцизми проникають у мас-медіа, літературу, публіцистику, повсякденне мовлення, виконуючи роль маркерів модерності та престижності. Таким чином, дослідження англійських лексичних запозичень дозволяє не лише описати механізми мовної адаптації, а й виявити їхній вплив на культурну ідентичність та комунікативні стратегії сучасного українського суспільства.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Питання англійської мови як джерела лексичних запозичень у сучасному українському дискурсі є достатньо досліджене у вітчизняній науковій літературі, адже переважна більшість публікацій, присвячених цій проблематиці, належить українським авторам і відображає тенденції розвитку нашої мовної практики в умовах глобалізації. Значний внесок у вивчення теми зробила Л.М. Архипенко [1], яка аналізує англійську лексику у сучасних українських медійних текстах, звертаючи увагу на її функціональне навантаження та стилістичну маркованість. А.М. Велика та В.В. Чернуха [2] дослідили специфіку англійських запозичень у засобах масової інформації, показавши як вони впливають на динаміку мови ЗМІ. О.В. Ємельянова [3] розглядає новітні запозичення та їхню роль у формуванні сучасного медіадискурсу, наголошуючи на швидкому засвоєнні нової лексики. Т.І. Мартинова [4] вивчає лексико-семантичні особливості англіцизмів, що дозволяє простежити їхню адаптацію в українській

мові. К. Павелків [5] акцентує увагу на впливі англіцизмів у різних доменах уживання, пропонуючи конкретні рекомендації щодо їхнього доречного використання. Л.В. Підкамінна [6] аналізує неологізми в масмедійному просторі, зокрема ті, що походять з англійської мови, виокремлюючи типологічні аспекти. Л. Пономаренко [7] досліджує джерела й тематичні групи новітніх запозичень, особливо у сферах спорту, гастрономії та побуту. Водночас О.О. Пономаренко та Д.О. Верба [8] розглядають англіцизми як мовну інновацію, що свідчить про активне оновлення українського медіадискурсу. Своєю чергою, Л.Ю. Прийма [9; 10] присвячує увагу функціонуванню англіцизмів у медіа та їх тематичному розподілу за галузями, зокрема ІТ, спортом та побутом. В.П. Сімонок [11] пропонує історико-соціолінгвістичний підхід до аналізу запозичень, що дозволяє простежити тяглість явища. О.А. Стишов [12] наголошує на появі нових іншомовних слів у ЗМІ початку ХХІ ст., що підтверджує інтенсивність мовних контактів і відкритість української мови до іншомовних елементів.

Таким чином, попри значну кількість наукових праць з окресленої проблематики, відчувається нестача систематизованого матеріалу щодо класифікації й узагальнення англійських запозичень у різних сферах комунікації. Тому з використанням різних методів наукового пізнання інформацію було проаналізовано, погруповано та подано у світлі теми дослідження.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у виявленні та аналізі англійської мови як основного джерела лексичних запозичень у сучасному українському дискурсі. Завданням є простежити загальні закономірності формування та поширення запозичень в українській мові, охарактеризувати специфічні функції англіцизмів у сучасному комунікативному просторі та проаналізувати практичні кейси їхнього використання у різних доменах – від комп'ютерних технологій і бізнесу до масової культури та побуту.

Виклад основного матеріалу. Дослідження лексичних запозичень в українській мові дає підстави розглядати їх як закономірний результат багатовікових соціокультурних, економічних і політичних контактів. В. Сімонок [11] окреслює

кілька історичних етапів цього процесу. У XVIII ст. запозичення потрапляли до української мови переважно через літературу, а також завдяки діяльності культурної еліти та дипломатів. Латинська мова – як універсальна мова освіти – зумовила проникнення численних латинізмів у сферу медицини (ангіна, туберкульоз), науки (аргумент, формула), юриспруденції (апеляція, юстиція) тощо. XIX ст. позначене збагаченням української мови англіцизмами, пов'язаними з наукою й технікою (гравітація, електроліз), а також французькими (пакт, ратифікація) і німецькими (зумер, керн) запозиченнями. У XX ст. чільне місце займають англійські запозичення, що репрезентують ринкову економіку (консалтинг, тренд), високі технології (фединг), спорт (сноубординг) та масову культуру (піар, шоу-бізнес).

На сучасному етапі, як підкреслює О. Стишов [12], англійська мова разом з американським варіантом виступає основним донором нової лексики: близько 80–82% усіх нових іншомовних слів у дискурсі початку XXI ст. становлять англіцизми. Їхня поява пояснюється як потребами термінотворення, так і загальною глобалізацією культури та техносфери. Найчисельнішою групою серед цих запозичень є комп'ютерна та інформаційна лексика (вай-фай, постинг, хештег, скайп, домен), яка швидко поширюється завдяки мас-медіа та стає загальноновживаною.

Особливе місце посідає роль масмедійного простору, що, за спостереженнями О. Ємельянової [3], не лише є каналом для поширення англіцизмів, а й активно використовує їх як інструмент впливу на свідомість аудиторії. Неясність внутрішньої форми запозичених слів створює ефект відчуження та може бути використана для мані-

пулятивних цілей, оскільки ускладнює адекватне сприйняття повідомлення.

З огляду на історичні передумови формування запозичень, можна констатувати, що вони не лише відображають процеси культурної й політичної взаємодії, а й визначають структурну динаміку українського мовного простору.

На сучасному етапі, як слушно підкреслюють В. Сімонок [11], О. Стишов [12] та Л. Архипенко [1], запозичення перестають бути лише елементами, що «закривають лексичні лакуни», і набувають цілого спектра функцій, без яких неможливий розвиток української мови в умовах глобалізованого світу. Розглянемо їх у табл. 1.

Як було згадано, англіцизми в останні десятиліття виявляють найбільшу динаміку, і цей процес охоплює як загальномовний, так і спеціалізований сегменти. Дослідження Л. Прийми [9] показують, що англіцизми стають частиною активного словника завдяки медійному простору, де вони проникають у повсякденний ужиток, адаптуються фонетично й граматично, а також набувають нових словотвірних властивостей. Особливість англіцизмів полягає не лише у відображенні нових понять, а й у створенні нових моделей мовної поведінки – наприклад, дієслова зауглвити, зарепостити демонструють здатність англійської лексики формувати словотворчі ряди всередині української мови. Водночас англіцизми в медіадискурсі реалізують і функцію маркера сучасності та престижності, а отже, стають чинником соціальної ідентифікації.

Як підкреслюють А. Велика та В. Чернуха [2], англійські запозичення не лише відображають інноваційність у сферах політики, технологій, бізнесу чи спорту, а й постають інструментом модер-

Таблиця 1

Функції запозичених слів в українському дискурсі

Функція	Зміст та приклади
Номінативна	Забезпечує називання нових явищ, понять і предметів, відсутніх у питомій лексиці (хештег, селфі, мейнстрім) [1; 11].
Термінотворча	Формує професійну та наукову термінологію у сферах техніки, економіки, інформаційних технологій (вай-фай, домен, консалтинг) [11; 12].
Аксіологічна (оцінювальна)	Передає позитивні або негативні оцінки, підсилює емоційне забарвлення (екшн, VIP, хейт) [1].
Експресивно-стилістична	Сприяє самовираженню мовця, вказує на інтелектуальний рівень чи належність до певного стилю комунікації (колапс, suspense) [1].
Стильова диференціація	Дозволяє розмежовувати регістри та стилі, створюючи контраст між питомими й запозиченими словами [11].
Інтернаціоналізаційна	Сприяє входженню українського дискурсу в глобальний комунікативний простір, забезпечує уніфікацію термінів (short list, mainstream) [1; 12].
Соціально-маркерна	Виконує роль маркера належності до певної соціальної, вікової чи професійної групи (молодіжний, медійний, професійний жаргон) [1].

Примітка: складено авторами на основі досліджень [1, 11, 12]

нізації української мови. Використання англіцизмів у ЗМІ пояснюється не тільки потребою позначати нові явища, але й прагненням до комунікативної ефективності: вони коротші, динамічніші та часто мають більш універсальне звучання. У такий спосіб медіа транслюють не лише нові слова, а й культурні моделі мислення, що формуються під впливом англomовного середовища.

У цьому контексті важливо врахувати історичний зріз, окреслений Т. Мартиновою [4], яка наголошує, що масове запозичення англійських слів розпочалося з 1990-х років, коли англійська мова стала домінантною у сфері комп'ютерних технологій, бізнесу й глобальної комунікації. Відтоді англіцизми активно заповнюють нішу технічної, економічної та побутової термінології, переходячи з професійної сфери у повсякденне мовлення. Вони охоплюють такі тематичні поля, як побут (джермер, ланч, тостер), електроніка (браузер, ноутбук, юзер), спорт (скейтборд, тайм-аут), професійна лексика (дизайнер, маркетолог, ріелтор) та масова культура (бойфренд, рімейк, ток-шоу). Важливо, що значна частина цих запозичень має інтернаціональний характер, що робить їх універсальними для глобального мовного простору.

Отже, англійська мова сьогодні постає не лише джерелом нових слів, а й каталізатором змін в українському дискурсі. Вона забезпечує номінативну функцію, створює умови для мов-

ної економії, формує сучасні стилістичні ресурси й водночас виступає чинником культурної глобалізації, у якому український дискурс знаходить нові форми вираження та комунікативні стратегії.

Розглянемо ключові кейси використання англійської мови в українському дискурсі у табл. 2.

Зазначимо, що різні автори розглядають різні сторони проникнення англomовної лексики до вжитку. Як зазначає Л. Пономаренко [7], найбільш показовими сферами є комп'ютерні технології (браузер, логін, драйвер, лайк), бізнес і фінанси (аудит, дедлайн, дефолт, менеджер, франчайзинг), суспільно-політичний дискурс (імідж, мейнстрім, піар, рейтинг), культурна та мистецька сфери (блокбастер, ремейк, кастинг, хедлайнер), а також гастрономія (гамбургер, фаст-фуд, чізкейк). Багато з цих одиниць на момент запозичення були безеквівалентними, що пояснює їхнє швидке поширення в українській комунікації.

Л. Прийма [9] конкретизує, що англіцизми в медіадискурсі групуються тематично й охоплюють предмети побуту (боді, фітнес-трекер, спонж), сферу ІТ (гаджет, меседж, скролити, вайбер аут), соціальні ролі (френди, бойфренд, піар-менеджер, аутсайдер), культурні та видовищні заходи (фест, батл, шоудаун), а також спорт (армреслінг, бодібілдинг, стретчинг). Важливо, що такі запозичення демонструють різні рівні адаптації: від повністю засвоєних (спорт, гумор, фільм) до част-

Таблиця 2

Практичне використання англійської мови як джерела лексичних запозичень в українському дискурсі

Домен / Сфера	Приклади англіцизмів	Характеристика функціонування
Комп'ютерні технології [7, 9]	браузер, драйвер, лайк, логін, гаджет, меседж, скролити, селфі	Безеквівалентні на момент запозичення; активно адаптуються фонетично й морфологічно; створюють нові словотвірні ряди (загуглити, зарепостити)
Бізнес та фінанси [1, 7]	аудит, дедлайн, дефолт, брокер, маркетинг, менеджер, консалтинг, франчайзинг	Номінативна функція; інтеграція у професійний і публіцистичний дискурс; часто замінюють питомі відповідники завдяки престижності
Суспільно-політичний дискурс [7]	імідж, мейнстрім, піар, рейтинг, екзит-пол, спікер, флешмоб	Виконують функцію маркерів сучасної комунікації; формують асоціацію з глобальним інформаційним простором
Побут і культура споживання [7, 9]	боді, спонж, блендер, фаст-фуд, гамбургер, чізкейк, ланч	Часто мають питомі відповідники, але зберігають англomовну форму для позначення «модності» чи стилю життя
Масова культура й медіа [1, 7, 8]	блокбастер, ремейк, кастинг, лайфхак, флешбек, фешн, шоу-бізнес	Створюють ефект сучасності; реалізують експресивну функцію; у деяких випадках – варваризми або жаргонізми
Спорт [7, 9]	армреслінг, бодібілдинг, стретчинг, скейтборд, тайм-аут, плеймейкер	Традиційно одна з найактивніших сфер; англіцизми виконують функцію точних термінів і майже не перекладаються
Соціальні ролі та статуси [8, 9]	френди, бойфренд, піар-менеджер, аутсайдер, тінейджер	Нерідко мають питомі відповідники, але функціонують як маркери престижності та молодіжної культури

Примітка: систематизовано авторами на основі джерел [1, 7, 8, 9]

ково асимільованих (фаст-фуд, емоджі) й зовсім неасимільованих (beauty, smartphone).

З погляду прагматики, англіцизми виконують не лише номінативну функцію, а й створюють експресивність, маркують належність до сучасної культури чи престижного стилю мовлення. Так, О. Пономаренко та Д. Верба [8] показують, як у популярних телешоу з'являються варваризми (тінейджер, леверидж), що функціонують переважно як стилістичні маркери ідентифікації з глобальною культурою, хоча в розмовному середовищі мають питомі українські відповідники. Подібний ефект простежується й у неологізмах з медійних текстів, які аналізує Л. Підкамінна [1], зокрема дедлайн, фейк, флешбек, лайфхак, а також численні віддієслівні іменники з суфіксом -інг (ребрендинг, аутсорсинг, спамінг), що демонструють здатність англійської лексики інтегруватися у словотвірні моделі української мови.

Таким чином, практичні кейси доводять, що англійські запозичення охоплюють найрізноманітніші домени суспільного життя: від високотехнологічних галузей і бізнесу до повсякденного побуту й розважального контенту. Вони не лише збагачують лексику, а й створюють нові стилістичні можливості, стаючи одночасно інструментом інтернаціоналізації та маркером сучасної мовної моди.

Можна зробити висновок, що це явище має подвійний вплив на український дискурс. З одного боку, англіцизми є важливим ресурсом розвитку: вони збагачують мову новими термінами, які відображають сучасні реалії науки, техніки, бізнесу, культури та масмедійного простору. Вони надають мовленню динамізму, точності, створюють можливість для інтеграції українців у міжнародну комунікаційну сферу та роблять дискурс більш конкурентоспроможним у глобальному контексті. У цьому сенсі англіцизми виконують функцію модернізації та відкритості, завдяки чому українська мова утверджується як сучасний і гнучкий інструмент спілкування [5].

З іншого боку, широке проникнення англіцизмів має і негативні наслідки. Воно може спричиняти витіснення питомої української лексики, що зменшує мовну самобутність і послаблює куль-

турну ідентичність. Крім того, надмірна кількість запозичень здатна призводити до руйнування синтаксичних і морфологічних норм, створювати труднощі у сприйнятті текстів та провокувати явище так званої «мовної агресії». У результаті, український дискурс втрачає частину своєї традиційної глибинності й образності, поступово підмінюючи її глобалізованими кліше [5].

Висновки. Лексичні запозичення в українській мові є закономірним результатом багатовимірних культурних, соціальних та політичних контактів. Вони з'являлися у різні історичні періоди: від латинізмів, що прийшли через освіту та медицину, до германізмів і романізмів, а згодом – до англіцизмів, які нині займають провідне місце у формуванні сучасного українського дискурсу. Запозичення відображають природний процес еволюції мови та її пристосування до нових умов розвитку суспільства.

Англіцизми відзначаються функціональною багатовимірністю. Вони не лише заповнюють лексичні лакуни, а й реалізують низку функцій: номінативну (хештег, селфі), термінотворчу (вай-фай, консалтинг), оцінювальну (екшн, VIP), експресивно-стилістичну (suspense, колапс), інтернаціоналізаційну (short list, mainstream) та соціально-маркерну (френд, стейкхолдер). Завдяки цим функціям англійська лексика інтегрується в український дискурс і формує нові стилістичні ресурси.

Практичне використання англіцизмів охоплює найрізноманітніші сфери: комп'ютерні технології (браузер, логін, драйвер, лайк), бізнес і фінанси (аудит, дедлайн, маркетинг, менеджер), суспільно-політичний дискурс (імідж, мейнстрім, піар, рейтинг), спорт (армрестлінг, бодібілдинг, таймаут), масову культуру (блокбастер, ремейк, лайфхак, шоу-бізнес) та побут (фаст-фуд, чізкейк, ланч). Як показують сучасні дослідження, вони активно адаптуються у фонетиці, морфології та словотворі, виконуючи роль маркерів сучасності та престижності. Водночас цей процес має подвійний ефект: англіцизми збагачують український дискурс і роблять його відкритим до глобального простору, але водночас витісняють питомі слова та послаблюють мовну ідентичність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Архипенко Л.М. Англійська лексика в сучасних українських медійних текстах (функціональний аспект). *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. № 33(72). С. 7–12. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/6_2022/part_1/2.pdf
2. Велика А.М., Чернуха В.В. Англійські запозичення в українських засобах масової інформації. *Збірник ЖДУ ім. І. Франка*. 2024. С. 512-521. URL: <https://eprints.zu.edu.ua/39197/7/%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%2C%20%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%83%D1%85%D0%B0%2C%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf>

3. Ємельянова О.В. Новітні запозичення в українській мові та їх функціонування в медіадискурсі. *Матеріали СумДУ*. 2021. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/86100/1/Yemeljanova_borrowing.pdf
4. Мартинова Т.І. Англіцизми у сучасній українській мові (лексико-семантичні риси). *Наук. вісник УжНУ*. 2023. №1(28). С. 56–59. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/3fa717f1-b54c-4422-9de6-8aa46aa8f20f>
5. Павелків К. Вплив англіцизмів на сучасну українську мову: доменні приклади та рекомендації. *АФН (філологія)*. 2023. № 63(2). URL: https://www.afhn-journal.in.ua/archive/63_2023/part_2/21.pdf
6. Підкамінна Л.В. Неологізми в українському масмедійному просторі (типологічний аспект). *Наук. праці НПУ*. 2017. № 9. С. 95–101. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/24648/Pidkaminna.pdf>
7. Пономаренко Л. Новітні запозичення в українській мові: джерела та приклади (спорт, гастрономія, побут). *Інститут мовознавства НАНУ*. 2021. URL: https://www.inmo.org.ua/assets/files/2021/ponomarenko_%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96-%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D0%B9-%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D1%96.pdf
8. Пономаренко О.О., Верба Д.О. Англіцизми як мовна інновація у сучасному україномовному медіадискурсі. *Нова філософія*. б/д. № 85. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2016070>
9. Прийма Л.Ю. Особливості функціонування англіцизмів у сучасному українському медіадискурсі. *Молодий вчений*. 2020. № 5.1 (81.1). С. 48–52. URL: https://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/15661/1/Peculiarities_of_using_English_borrowings_in_modern_Ukrainian_media_discourse.pdf
10. Прийма Л.Ю. Тематичні групи та ілюстративний матеріал англіцизмів у медіадискурсі (ІТ, спорт, побут). *Молодий вчений*. 2020. № 5.1 (81.1). С. 48–52. URL: https://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/15661/1/Peculiarities_of_using_English_borrowings_in_modern_Ukrainian_media_discourse.pdf
11. Сімонок В.П. Лексичні запозичення в українській мові: історико-соціолінгвістичний аспект. *Філологічні науки*. 2015. № 1. С. 89–94. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/9672/1/Simonok_89-94.pdf
12. Стишов О.А. Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку XXI ст. *Studia Philologica*. 2017. № 9. С. 66–75. URL: <https://studiap.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/231/215/325>

Дата першого надходження рукопису до видання: 26.09.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 30.10.2025

Дата публікації: 28.11.2025