

систематична реалізація, дасть результати посилення мотивації, підвищення інтересу до вивчення іноземних мов, подолання психологічних бар'єрів, зокрема: страху розмовляти іноземною мовою та страху перед можливістю зробити помилки.

Список використаних джерел

1. Panou D. Theory and Practice in Language Studies. 206 p. URL: [ps://www.academypublication.com/issues/past/jltr/vol02/04/16.pdf](https://www.academypublication.com/issues/past/jltr/vol02/04/16.pdf).

2. Gardner R.C. Attitudes and Motivation in Second Language Learning / R.C. Gardner, W.E. Lambert. Rowley: Newbury House, 2012.

3. Яцишин О.М. Визначення оптимальної структури мотиваційного синдрому вивчення англійської мови студентами економічних спеціальностей. *Мова. Культура. Бізнес*. 2003. Вип. 1. С. 308–316.

Харчук Наталія Ростиславівна,
старший викладач кафедри правничої
лінгвістики Національної академії внутрішніх
справ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЦИЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Мова розвивається разом із народом. Запозичення іншомовних слів серйозно впливає на процес розвитку кожної мови. В україномовному дискурсі англіцизми почали з'являтися ще наприкінці XIX століття, а вже з XX століття почався так званий «неологічний бум». Сьогодні англіцизми й американізми становлять близько 75–80 % усіх запозичень [5, с. 251]. Із кожним роком їхня кількість в українській мові зростає, вони проникають у всі сфери людської діяльності та широко застосовуються у повсякденному житті. Найчастіше англіцизми простежуються у рекламі та засобах масової інформації. Цей процес можна розглядати як у позитивному, так і в негативному аспектах. З одного боку, відбувається збагачення мови новими словами, а з іншого надмірне використання запозичень, зокрема англіцизмів, може призвести до негативних наслідків у мові, витіснення уже наявних слів, втрати частини словникового запасу, а отже, збіднення мови. Мова – це функціональна система. Зазвичай вона збагачується із внутрішніх джерел. Проте сьогодні, у часи глобалізації неможливо уникнути запозичень, слова іншомовного походження уже стали невід'ємною частиною нашого повсякдення.

Протягом тривалого часу становлення України, мова піддавалася впливу різних країн. Лексичні запозичення з англійської мови проникли в українську пізніше, ніж з французької чи німецької, головним чином у XIX та XX ст. [4]. Особливо активно цей процес

відбувається сьогодні, з доступом до мережі Інтернет, розвитком науки і техніки, великою мобільністю українців. Так, М. Брайтер виокремлює низку причин появи англіцизмів. Його думку поділяє і Л. Крисін [2, с. 86]. Серед причин науковці зазначають:

1) потребу у створенні назви для нових предметів та явищ. У зв'язку із швидким розвитком і розповсюдженням інформаційних технологій та ЗМІ, з'явилося багато нових предметів, які потребують найменувань (принт-мейкер, флеш-файл). Таким чином, у нашій мові з'явилася велика кількість англіцизмів, оскільки людям простіше використовувати вже відомі слова іншомовного походження, ніж шукати відповідники або вигадувати нові;

2) відсутність відповідного найменування. Чимало англіцизмів використовуються освіченими людьми через відсутність відповідника у рідній мові (дайджест, онлайн);

3) необхідність конкретизації значення слова (гамбургер, чізбургер);

4) експресивність новизни. Різноманітні фірми і компанії використовують англіцизми у назвах та англійські слогани для того, щоб привернути увагу потенційних покупців (Lifecell, Impression).

Варто зазначити, що характер процесу запозичень англіцизмів не завжди себе виправдовує. До негативних явищ варто віднести появу дублетів: консалтинг-консультування, шоп-магазин. Не менш важливим фактором використання англіцизмів у рекламних слоганах є прагнення слідувати моді. У наш час знати англійську мову вважається досить престижним, а отже, той, хто використовує англіцизми, прагне виглядати престижно, модно, завоювати повагу співрозмовника. Деякі компанії у своїх рекламних слоганах використовують англіцизми, щоб розмовляти з молоддю однією мовою, а також для того, щоб вплинути на ширший загал. Яскравим прикладом цього можна вважати один із найпопулярніших ТРЦ Києва «OceanPlaza». Майже на кожному рекламному постері чи білборді торгового центру присутні англіцизми.

Одним із продуктивним шляхом поповнення мови залишається процес запозичення великої кількості іншомовних слів, особливо з англійської мови, що часто спричиняє виникнення труднощів під час перекладу через фіксацію таких слів у сучасних словниках. Дослідники лексичних запозичень з англійської мови О. Петришин та О. Лужецька «методом суцільної вибірки з газетних та журнальних текстів україномовних періодичних видань, електронних словників» виділили п'ять тематичних груп, які активно поповнюються зараз: «культура, економіка, суспільно-політичне життя, повсякденне життя, науково-технічна сфера» [27].

Зазначається, що більшість науковців під час перекладу англіцизмів використовують такі основні способи як: транскрипція,

транслітерація, калькування, описовий переклад, переклад за допомогою прямого включення та приблизний переклад (І. Андрусяк, В. Дорда, О. Дьолог, О. Глазова, А. Пасічник, М. Третяк, С. Новоселецька, Ю. Шустак тощо).

Найдоцільніше, вживати, на наш погляд, такі методи перекладу:

1. Пряме включення калькування, аббревіація (неможливість передавання жодним з розглянутих способів перекладу у зв'язку зі специфічністю його звучання або написання, різного роду аббревіацій: Ggwr – хороша гра і гравці; FUF – дуже смішно; LOL ROFL – сміятися від душі; W 8 – чекаємо, RE - повторимо тощо

2. Транслітерація та транскрибування. Ця група складається зі слів, що і за звучанням, і за семантикою збігаються з англійськими, але графічно передаються українськими літерами: наприклад, денс – танець, сістер – сестра, бойфренд – друг, тайм – час, кеш – гроші; юзер – користувач, байк – велосипед, крейзі – божевільний; лузер – невдаха; фіфті-фіфті – 50 на 50.

3. Калькування (заміна складових частин – морфем чи слів (у випадку стійких словосполучень) запозиченого слова (словосполучки) їхніми лексичними відповідниками в мові перекладу), наприклад: драйв, конектитися, есемеситися, чатитися; банити, кіберспорт, читер, хейтер, рпегі (RPG) – рольові пригодницькі ігри тощо. Найчастіше під час адаптації молоддю використовуються сленгові афікси, властиві українській та російській мовам: піпли – люди, гьорли – дівчата, суперовий – визначний, бестовий – найкращий.

4. Переосмислення. (В українському молодіжному сленгу запозичені слова мають трохи інше значення, ніж в англійській мові: мен – гарний, показний чоловік саунд – гучна музика (в англ. «звук»).

Отже, найпродуктивнішими під час творення англомовних неологізмів залишаються такі способи перекладу, як: транскрипція, транслітерація, добір еквівалентів з-поміж української лексики (явище пуризму), калькування, переклад за допомогою прямого включення. Менше використовується метафоричне переосмислення (сфера ІТ та молодіжного сленгу), описовий та приблизний переклад. Особливо часто використовуються різні кальки, використання питомо українських словотвірних афіксів, пряме включення. При тому зазначається, що під час використання цих методів перекладу часто може втрачатися автентичне значення чи набуватися іншого стилістичного чи лексичного відтінку, поява чи втрата певної експресивності, тому обов'язково треба враховувати контекст та національні особливості як «мови-донора», так і мови-реципієнта. Сьогодні як молодь, так і інші соціальні й професійні групи українського суспільства активно використовують англомовні неологізми у спілкуванні, мові та мовленні для спрощення порозуміння

між членами колективу, часто для «влучного» експресивного вираження основних побутових, професійних та суспільних реалій сучасного соціуму .

Список використаних джерел

1. Англiцизми в українській мові. URL: http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Philologia/3_57397.doc.htm.
2. Гуманітарний вісник. Серія – іноземна філологія. Проблеми сучасної світової літератури та лінгвістики. Харків, 2008.
3. Ломовцева А. Новітні англiцизми в укр. мові і проблема лексичної варіантності. *Українська мова*. 2003. № 1. С. 96–102.
4. Українська мова. Енциклопедія. К., 2000. 460 с.
5. Петришин О. Л. Новітні англомовні запозичення як засіб міжкультурної комунікації. *Young Scientist*. 2018. № 3.1 (55.1). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/33.pdf>.
6. Погоріла А. І., Тимчук О. Т. Особливості перекладу неологізмів українською мовою. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/35.pdf>.
7. Ярошенко М. Англійські запозичення в українській мові XIX–XX століть / М. Ярошенко, Л. Гудзь. *Українознавчий альманах*. 2012. № 9. С. 207–209.

Шемякіна Наталія Володимирівна,

кандидат філологічних наук, доцент, доцент
кафедри правничої лінгвістики Національної
академії внутрішніх справ

НАВЧАННЯ ФРАНЦУЗЬКОЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ПРАВА

Євроінтеграційні прагнення нашої держави, зростаюча роль міжнародного співробітництва, глобалізація всіх сфер суспільного життя зумовлюють актуальність професійно орієнтованого навчання іноземних мов у немовних закладах вищої освіти, системи МВС зокрема. Іншомовна підготовка майбутніх юристів передбачає комплексне оволодіння професійними і лінгвістичними уміньми та навичками, використання іноземної мови як основи для набуття фахової компетенції, а також спрямованість її змісту на окрему професійну галузь.

Безперечно, іншомовна професійна комунікація фахівців будь-якої галузі може ускладнитися без оволодіння ними її спеціальною термінологією. Тому одним із ключових завдань навчання іноземної мови майбутніх фахівців із права є подальший розвиток та вдосконалення лексичних умінь та навичок, а саме оволодіння