

УДК 811.161.2'373

DOI: [https://doi.org/10.17721/um/56\(2026\).143-169](https://doi.org/10.17721/um/56(2026).143-169)

Людмила КРАВЧЕНКО, канд. філол. наук, доц.

ORCID ID: 0000-0002-9043-566X

e-mail: l.kravchenko@knu.ua

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна

Стефанія СИНЮГІНА, бакалавр

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-9652-5212>

e-mail: stefaa.syn@gmail.com

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна

ФОНЕТИКО-ГРАФІЧНА АДАПТАЦІЯ НОВІТНІХ АНГЛІЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ БІЗНЕС-ДИСКУРСІ

Вступ. Мові бізнесу, що обслуговує сферу економічних відносин, властива висока динаміка розвитку та постійне оновлення лексичного складу внаслідок появи низки слів для позначення нових реалій, понять і процесів. В останні десятиліття неабиякий вплив на різні сфери життєдіяльності суспільства, а особливо на бізнес-середовище, має англійська мова. Вивчення особливостей функціонування англізмів у текстах економічної тематики та адаптації їх на різних рівнях мовної структури дозволить краще зрозуміти процеси асиміляції іношомовних елементів в українській мові, оптимізувати процес запозичення, а також мінімізувати можливі негативні наслідки надмірного вживання чужомовних лексем.

Методи. У дослідженні проаналізовано 400 англізмів, що функціонують у бізнес-текстах українського суспільно-політичного журналу “New Voice” за 2018–2025 роки, використано загальнонаукові та власне лінгвістичні методи та прийоми: суцільна вибірка, зіставлення, структурний і дистрибутивний аналізи, систематизація, описовий, статистичний та метод кількісних підрахунків.

Результати. Описано адаптацію англізмів сфери бізнесу на графічному та фонетичному рівнях мовної системи. Встановлено, що на графічному рівні більшість англізмів – 312 одиниць (78 %) – повністю адаптовані до української графіки (нейромаркетинг), лише 51 (12,8 %) зберігають оригінальне написання (digital-only), а 37 англізмів

(9,3 %) є словами-гібридами (*retail-мережі*), значна частина з яких містить неадаптовані абрєвіатури (*UX-аналітика*). Фонетичний аналіз засвідчив серед 177 повних англїзмів домінування транскриптів – 89 одиниць (50,3 %), які відтворюють звучання оригінальних слів (*кешбек – cashback*), а також зафіксував майже четверту частину транслітерантів – 43 лексеми (24,3 %), у яких побуквено передане написання (*девелопер < developer*), і стільки ж напівтранскриптів і напівтранслітерантів – 45 слів (25,4 %) – зі змішаним транскодуванням (*хедж-фонд – hedge fund*).

Більшість графічно адаптованих англїзмів відповідає орфографії української мови: (*холдинг, хайринг*), однак деякі демонструють орфографічну неусталеність (*фандрейзинг – фандрайзинговий*) або орфографічні помилки (*оффер*).

Висновки. Комплексне вивчення особливостей функціонування англїзмів в економічних текстах сприятиме розумінню впливу глобалізаційних процесів на мовну структуру бізнес-комунікації. Отримані результати можуть бути використані для розроблення рекомендацій щодо раціонального використання англїзмів у економічній сфері; для оптимізації процесів адаптації англїзмів в українській бізнес-термінології; у лексикографічній практиці для укладання словників новітніх англїзмів та оновлення уже відомих електронних словників.

Ключові слова: українська мова, англїзм, запозичення, фонетична адаптація, графічна адаптація, бізнес-дискурс.

Вступ

У кінці ХХ – на початку ХХІ ст. світову спільноту охопили глобалізаційні процеси, які не тільки зумовили інтенсивну міжкультурну комунікацію, а й суттєво позначилися на мовних картинах світу багатьох народів. Здобувши статус міжнародної (*lingua franca*), англійська мова, яка є офіційною в 67 країнах світу [List of countries..., n. d.], стала мовою бізнесу, науки, культури та спілкування і відповідно – джерелом численних запозичень у різних мовах.

В Україні в умовах розбудови ринкової економіки упродовж останніх 35 років, невпинного поступу до Європейської Співдружності та інтеграції у світовий економічний простір протягом останніх десятиліть масове запозичення й поширення англійських слів і виразів у різних сферах життя не тільки стало

загальноприйнятою нормою, а й набуло загрозливих обрисів, що викликало неабияке зацікавлення лінгвістів цією проблемою.

Англійські запозичення почали вивчати в середині ХХ ст., коли вони в незначній кількості тільки входили в різні терміносистеми, і активно продовжили в ХХІ ст., коли вони поширилися в засобах масової інформації і стали невід'ємною частиною будь-якого дискурсу, зокрема й економічної сфери. Тематичні групи, причини поширення, функціонування, способи та ступені адаптації їх на різних мовних рівнях досліджували: О. Т. Горбач, Ю. В. Шевельов, С. Й. Караванський, О. Г. Муровцева, Б. М. Ажнюк, С. В. Симонюк, Г. А. Сергеева, Н. О. Данилюк, Г. О. Гурко, Д. В. Щерба, В. Д. Радчук, О. І. Чередниченко, О. А. Стишов, Г. В. Зимовець та інші.

Зараз особлива увага мовознавців прикута до новітніх англізмів, які масово входять у наше мовлення. Цей процес стає особливо загрозливим, з огляду на шалені темпи запозичення англійських мовних одиниць в українську мову внаслідок не лише глобалізаційних процесів, а й англізації українського суспільства через мовну політику останніх років, зокрема й через ухвалення в 2024 р. закону “Про застосування англійської мови в Україні” [Про застосування ..., 2025].

Науковці активно укладають словники, що мають на меті ввести зафіксовані англізми в стандарт літературної мови. Один із таких словників містить близько 4 тисяч слів і словосполучень, запозичених з англійської мови впродовж перших десятиліть ХХІ ст. [Белей та ін., 2022].

В останні роки з'явилася низка публікацій, у яких охарактеризовано особливості вживання новітніх англізмів у різних дискурсах (І. Д. Фаріон, О. С. Дьолог, Н. М. Гудкова, А. Б. Сарієва), зокрема й економічному (Е. Й. Есенова), однак нові запозичення англійських слів і термінів у бізнес-комунікації з'являються щодня – і проблема англізмів в українській мові продовжує загострюватися. Тож комплексне вивчення особливостей адаптації та функціонування англізмів у текстах на економічну тему сприятиме розумінню впливу євроінтеграційного поступу на мовну структуру бізнес-комунікації, дозволить краще зрозуміти етапи асиміляції іншомовних елементів в українській мові,

оптимізувати процес їх входження, а також мінімізувати можливі негативні наслідки надмірного вживання англомовних запозичень. *Об'єтом* нашого дослідження стали новітні англізми, що функціонують у сучасному українському бізнес-дискурсі, а *предметом* – їхні фонетичні та граматичні риси, способи та ступені адаптації в українській мові.

Терміном *англізми* позначаємо елементи різних рівнів мовної структури, запозичені з англійської мови [Ажнюк, 2021, с. 244]. Виходимо з того, що тотожним йому є термін *англіцизм*, уживаний дослідниками раніше, хоча доречно послуговуватися саме *англізмом* “через відсутність твірної основи для похідника з формантом *-цизм*: *Англія – англізм*” [Фаріон, 2020, с. 174].

Мета цієї статті – виявити особливості асиміляції англізмів на фонетичному, графічному та орфографічному рівнях мовної структури, проаналізувати шляхи адаптації іншомовних запозичень. Матеріалом дослідження стали 400 лексичних одиниць – новітніх запозичень з англійської мови, а джерельною базою слугували статті суспільно-політичного електронного журналу “New Voice” (розділ Бізнес), опубліковані впродовж 2018–2025 років.

Методи

Для реалізації мети було використано загальнонаукові та власне лінгвістичні методи та прийоми: *суцільна вибірка* (створення бази дослідження: зі статей на економічну тематику було дібрано 400 англізмів у мінімальних контекстах), *зіставлення* (порівняння графічного, фонетичного та граматичного оформлення досліджуваних лексем у мові-джерелі та в мові-реципієнті), *структурний і дистрибутивний аналізи*, *описовий метод* (аналіз адаптації англізмів на фонетичному та графічному рівнях), *систематизація*, *статистичний аналіз* та *метод кількісних підрахунків* (створення класифікації англізмів, а також підрахунок статистичних показників і відсоткових співвідношень кожної виокремленої групи англізмів).

Результати

Потрапляючи в українську мову, англізми проходять різні ступені адаптації на всіх мовних рівнях, нерозривно пов'язаних

один з одним, зокрема на: 1) *фонетико-орфографічному*, пристосовуючись до фонетичної та графічної систем; 2) *граматичному*, набуваючи морфологічних ознак відповідних частин мови і входячи до словотвірної та синтаксичної систем; 3) *лексико-семантичному*, зберігаючи семантику, набуту в мові-джерелі, чи змінюючи її в нашій мові, поповнюють словниковий склад, долучаючись до різних лексико-граматичних розрядів та класів слів.

На першому *фонетико-орфографічному* мовному рівні іншомовні одиниці проходять фонетичну, графічну та орфографічну адаптації.

I. Графічна адаптація передбачає послідовний перехід написання іншомовної одиниці від латини до кирилиці, тобто відтворення англійських слів засобами української графіки з дотриманням правил правопису.

Н. М. Гудкова виокремлює три стадії графічної адаптації: 1) на початковій стадії слова зберігають написання латинкою; 2) на другій вони можуть функціонувати паралельно в кириличному оформленні та латинкою, наприклад *wi-fi – вай-фай*; 3) а на третій – максимальній стадії графічної адаптації – іншомовні слова вже оформлені літерами українського алфавіту [Гудкова, 2022, с. 152].

За ступенем засвоєння О. С. Дьолог класифікує неологізми засобів масової інформації на: 1) варваризми – слова, які здебільшого представлені аббревіатурами і відповідають першій стадії адаптації (*PR – Public Relations*); 2) макаронізми – неологізми, транслітеровані кирилицею, частина з яких у різних контекстах може бути і варваризмом, і макаронізмом (*VIP/vin*); 3) складні неологізми, у яких запозичені основи поєднуються з питомими (*SMS-повідомлення, IT-технології*); 4) неологізми з нестабільною орфографією (*месідж / месідж / меседж*); 5) неологізми, які активно беруть участь у словотворенні (*спонсорувати, ваучерний*) [Дьолог, 2019, с. 170].

Аналізуючи 400 новітніх англізмів, що функціонують у бізнес-текстах українського суспільно-політичного журналу “New Voice”, ми спиралися на представлені вище класифікації,

що дозволило нам виокремити три групи англізмів з урахуванням різних стадій графічного засвоєння їх.

1. До першої групи належать слова, що використовують у тексті зі збереженням графіки мови-джерела. Вони перебувають на нульовій стадії адаптації. Їх ще називають нетранслітерованими варваризмами [Дьолог, 2019, с. 171] або ж явищем перемикавання коду, активно застосовуваним останнім часом як комунікативний ресурс серед “молоді і професіоналів, які працюють у міжнародних корпораціях” [Зимовець, 2024, с. 29]. “Маркерами межі перемикавання коду вважають зміну графіки (у випадку взаємодії з мовою з відмінною графікою) і написання в лапках” [Зимовець, 2024, с. 29]. Основні ознаки варваризмів такі: 1) графічна та граматична неадаптованість; 2) позасистемність; 3) наголос, притаманний мовам, з яких ці слова запозичені; 4) семантична несамостійність; 5) рідкісне вживання; 6) відсутність у словниках [Марценюк, Ременяк, & Кулик, 2022, с. 40].

Таких англізмів виявлено 51, що становить 12,8 % від зібраних нами 400 одиниць: *follow-up* < супровідний звіт, подальші дії¹ (“Після наради всім співробітникам розсилається *follow-up* зі списком ухвалених рішень і посиланням на саму презентацію” // NV, 1 грудня, 2020)²; *open banking* < відкритий банкінг, система відкритого банкінгу (“Але точно знаю, що буде розвиватися *open-banking*, буде імплементована Європейська директива PSD2... PSD2...” // NV, 13 жовтня 2021); *digital health* < цифрове здоров’я (“Дуже цікава сфера, особливо в Америці – *Digital health*” // NV, 23 листопада, 2024); *data science* < наука про дані, аналіз даних (“Використовуємо алгоритми *data science*” // NV Бізнес, 15 січня, 2024); *self-merchandise* < самопросування, *self-pitch* < коротка самопрезентація, *self-presentation* < самопрезентація (“Федорів підкреслює особливу важливість

¹ Тут і далі як можливий варіант для заміни англізма подаємо, позначивши стрілочкою <, наш дослівний переклад, або український відповідник, або пояснення запозиченій одиниці.

² Тут і далі подаємо приклади зі збереженням графіки й орфографії джерел досліджуваного матеріалу, а саме статей, опублікованих в електронному журналі “New Voice” (розділ Бізнес) упродовж 2018–2025 років.

self-merchandise, *self-pitch* та *self-presentation* на міжнародному рівні, де кожен контакт є можливістю продати себе та свій бізнес” // NV, 6 квітня, 2024).

Деякі із цих англійзмів автори навмисне подають зі збереженням оригінальної графіки через бажання передати точне значення слова, як-от: *self-merchandise* означає *стратегічне позиціонування себе як “бренду” на ринку, що виходить за рамки простого “самопросування”*, а *self-pitch* означає не просто *самопрезентацію*, а *лаконічний, потужний виступ, де ви “продаєте” себе інвесторам*.

Однак мовці, особливо в професійних колах, почасти керуючись популярністю англійської мови в бізнесових структурах, а також соціальним запитом моди на певний мовний код, можуть свідомо або підсвідомо надавати перевагу англійським лексемам, щоб підкреслити свою належність до світової еліти, продемонструвати обізнаність із міжнародними практиками та тенденціями, або ж роблять це для створення певного стилістичного ефекту, що, на нашу думку, є абсолютно недоцільним. Це створює ефект макаронічного мовлення, незрозумілого широкому загалу, і невинувато забруднює українську мову покручами, оскільки вона має свої внутрішні ресурси для пошуку точних відповідників англійським одиницям.

Прикладом недоречного макаронічного мовлення можуть слугувати речення, де в ряді однорідних членів речення разом з українськими лексемами й графічно та граматично адаптованими англійзмами вжиті варваризми зі збереженням графіки мови-джерела: *hot deals* < вигідні пропозиції, *special prices* < акційні ціни (“Знижки, сейли, *hot deals*, *special prices* – світ моди намагається вижити, як і інші сегменти економіки у час кризи” // NV, 26 липня 2020); *Web, Mobile & Software Development* < веб-, мобільна та програмна розробка, *IT* < інформаційні технології, *Data Science* < наука про дані; аналіз даних, *Admin Support* < адміністративна підтримка, *Customer Service* < обслуговування клієнтів, клієнтська підтримка (“На платформі можна знайти роботу у сферах *Web, Mobile & Software Development, IT, Data Science*, інженерія та архітектура, дизайн, література, переклад, право, *Admin Support, Customer Service...*” // NV, 5 червня, 2022).

Значна частина англізмів першої групи, як зауважують й інші дослідники (Н. М. Гудкова, О. С. Дьолог), є абrevіатурами, що потребують декодування навіть у мові-джерелі: *IPO* < Initial Public Offering¹ (“...на горизонті починають проявлятися обережні оптимістичні сигнали: від поступового відновлення *IPO* до зростання приватних ринків у певних секторах” // NV, 13 січня, 2025); *M&A* < Mergers and Acquisitions (“Багато компаній компенсують відсутність зростання через *M&A*” // NV, 23 листопада, 2024); *HR* < Human Resources (“До призначення в Україні з 2021 року працювала у штаб-квартирі Philip Morris International у Швейцарії, де керувала програмою еволюції операційної моделі функції *HR*” // NV, 16 вересня, 2025); *FOMO* < Fear of Missing Out (“Економіст пояснює цей очікуваний сплеск ефектом *FOMO*...” // NV, 8 січня, 2024).

Підтвердженням зазначеному є й те, що в текстах статей журналу поряд з абrevіатурами іноді подані й пояснення до них, оформлені графічною системою мови-оригіналу: *SPV, Special Purpose Vehicles*, (“Якщо ми подивимося на європейський лізинговий ринок, то найбільші лізингові компанії Європи..., це все ж класичні, що називається *SPV, Special Purpose Vehicle*, заточені на конкретний продукт” // NV, 9 квітня, 2024); *PSP (payment service provider)* (“Також ми частково надаємо функціонал, подібний функціоналу *PSP (payment service provider)* – компаній, що надають послуги, пов’язані з платежами, роблять їх зручними” // NV, 11 січня, 2021).

Власні назви також зберігають свою графіку, оскільки перекласти або розшифрувати їх почасти неможливо навіть у тій мові, де вони виникли: *Bain&Company* (“За даними *Bain&Company*, наймані працівники...” // NV, 5 грудня, 2022); *Upwork* (“*Upwork* – один з найбільших та найпопулярніших фріланс-майданчиків, який об’єднує мільйони роботодавців та незалежних підрядників з усього світу...” // NV, 5 червня, 2022).

¹ Тут і далі подаємо наше розшифрування абrevіатури, позначивши його такою стрілочкою < .

2. До другої групи зараховуємо слова-гібриди, у структурі яких поєднані частини, оформлені латинкою і кирилицею. Як правило, перша частина передана латинкою, а друга є звичайним українським словом чи вже звичним, усталеним у мові запозиченням. Саме завдяки цьому слову носій української мови може краще сприйняти гібрид, ніж варваризм із першої групи, адже для розуміння неадаптованого іншомовного терміна читачу необхідно знати англійську мову.

Слів-гібридів виявлено 37, що становить 9,3 % зібраних нами англізмів: *call-центр*, *UX-аналітика*, *IoT-стартап*, *IT-спеціаліст*, *SPV-шка* та інші.

У більшості цих слів перша частина є англійською абрєвіатурою, що зберігає графіку мови-джерела і зовсім незрозуміла для українського читача без додаткового розшифрування: *ERP-систем* (“Система гарно сприймається ринком, попри певні складнощі, які притаманні адаптації до будь-якої серйозної *ERP-систем*” // NV, 24 січня, 2022).

Деякі англійські абрєвіатури, а зрідка й цілі слова, так часто повторюються, що в складі гібридів вони починають сприйматися як афіксоїди, наприклад *IT: IT-сектор* (“...з багатьма перспективними випускниками, які спеціалізуються на *IT-секторі*” // NV, 24 січня, 2022); *IT-департамент* (“Багато клієнтів запускають свою систему без підтримки з боку внутрішніх *IT-департаментів*” // NV, 24 січня, 2022).

Подібне спостерігаємо і в другій частині англізма, яка є повторюваним повноцінним українським словом з притаманними йому граматичними значеннями і формами вираження цих граматичних значень, наприклад слово *-фахівці*. У таких англізмах перша частина, оформлена відповідно до англійської графіки, виконує роль уточнення чи означення: *SMM-фахівці*, *PR-фахівці* (“Фрілансерами можуть працювати: перекладачі, консультанти (у будь-якій сфері), юристи, дизайнери, копірайтери, *SMM-фахівці*, таргетологи, програмісти, веб-розробники, бухгалтери, бізнес-стратегі, менеджери проєктів, *PR-фахівці*” // NV, 24 січня, 2022); *data-фахівці*, *UI/UX дизайнери* (“На даному сайті роботу можуть знайти *data-фахівці*, *UI/UX дизайнери*, веб-розробники, програмісти та тестувальники” // NV, 24 січня, 2022).

Значну частку англізмів із повноцінним іншомовним словом, на нашу думку, можна перекладати й подавати українськими відповідниками, оскільки ці лексеми в обох мовах набувають ознак економічного терміна, значення якого, однак, потребує пояснення: *family-офіс* (“Серйозним недоліком є те, що в Україні, з урахуванням *family-офісів* міжнародних компаній, є лише близько 20 фондів, які збирають гроші й інвестують у компанії, що дуже мало” // NV, 6 липня, 2021); *compliance-політику* (“Наразі ж іноземні замовники через *compliance-політику* та безпекові ризики заводять усе менше нових проектів” // NV, 25 червня, 2024); *retail-мережі* (“За моїми оцінками, це один з найбільших парків в Україні, можливо, в якійсь *retail-мережі* більше, але, думаю, що ні” // NV, 27 листопада, 2024).

3. До третьої групи англізмів із максимальним ступенем графічної адаптації належать іншомовні слова, відтворені літерами українського алфавіту.

Це найчисельніша група. Вона налічує 312 англізмів, що становить 78 % від загальної кількості зібраних одиниць: *івент-бізнес* (“...*івент-бізнес* для фінансового сектора – Bank-Online” // NV, 2 червня, 2021); *тизер* (“...такий собі *тизер* того, що очікує індустрію по мірі її поживлення” // NV, 19 липня, 2023); *меседж* (“Брендам варто ретельно зважувати репутаційні наслідки своїх меседжів у цьому бурхливому середовищі” // NV, 19 липня, 2023); *бенчмарк* (“Сильний ринок повинен мати у своїй основі певні *бенчмарки*, на які можна орієнтуватися...” // NV, 19 липня, 2023).

Однак частина новітніх англізмів у аналізованих текстах демонструє графічну різноманітність і неусталеність у написанні, оскільки може вживатися як латинкою, так і кирилицею, а також виступати складовою частиною слів-гібридів. Відповідно такі англізми можуть належати до двох, а то і до всіх трьох груп, хоча, на нашу думку, їх, як і англізми з попередніх прикладів, шляхом перекладу чи калькування доцільно було б замінити українськими відповідниками, які б органічно входили в українську терміносистему й не забруднювали її неадаптованими запозиченнями.

Наприклад, термін *military tech* можна перекласти як *військові технології* і послуговуватися ним у бізнес-дискурсі, адже він цілком буде відповідати значенню англійського терміна в усіх трьох реченнях, де він використаний: 1) у формі графічно неадаптованого варваризма, написаного латинкою: *military tech* (“З початком повномасштабної війни ми з партнерами поринули в тему *military tech*...” // NV, 15 січня, 2024) – тут краще вжити “...поринули в тему *військових технологій*” (наш переклад); 2) як графічно неадаптована частина слова-гібрида: *miltech-сектор* (“Два роки сміливості: як Brave Inventors будують технологічне майбутнє українського *miltech-сектору*...” // NV бізнес, 5 січня 2025 р.) – краще вжити “*військово-технологічного* або *військово-промислового* сектору” (наш переклад); 3) як графічно адаптований англізм, поданий кирилицею: *мілтек* (“Ми вирішуємо проблеми і виклики, які бачимо у сфері людського капіталу в напрямку держави, українського та міжнародного бізнесу, *мілтек*, громадського сектору”, – пояснює Бізнес Яна Лукашук, керівниця напрямку бізнес-рекрутингу Lobby X» // NV бізнес, 25 червня 2024 р.) – тут краще вжити “...бачимо у сфері... *військових технологій*...” (наш переклад).

Подібна ситуація склалася і з терміном *комплаєнс*, який перекладаємо як *дотримання нормативних вимог*. Цей термін, оформлений або латинкою, або кирилицею, виступає в реченнях: 1) частиною слова-гібрида: *compliance-політика* (“Наразі ж іноземні замовники через *compliance-політику* та безпекові ризики заводять усе менше нових проєктів в Україну, і кількість вакансій є рекордно низькою порівняно з попередніми роками [до вторгнення] в аутсорс-компаніях” // NV бізнес, 25 червня 2024 р.) – тут краще вжити “*політику відповідності вимогам*”; 2) графічно адаптованою частиною складного слова: *комплаєнс-практик* (“Ми говоримо про суворе виконання регуляцій у сфері відмивання коштів та найкращих європейських *комплаєнс-практик*” // NV бізнес, 26 грудня 2024 р.) – тут краще вжити “*практик дотримання вимог*”.

Отже, можемо констатувати, що майже 80 % аналізованих англізмів передані літерами українського алфавіту, тобто вони

приспособувалися до графіки мови-реципієнта. П'ята частина англійських запозичень залишається неадаптованою зовсім (12,8 % зберігають графіку мови-джерела) або ж лише частково (9,3 % є словами-гібридами).

Чисельність двох груп, де в англізмах повністю чи частково зберігається графіка мови-джерела, є значно меншою, оскільки ці одиниці для українського мовця залишаються незрозумілими і потребують додаткового тлумачення. Передусім це стосується іншомовних аббревіатур, значення яких автори часопису подекуди супроводжують поясненнями українською мовою, на відміну від аббревіатур-варваризмів першої групи, які зрідка розтлумачують англійськими словами.

Наприклад, у тексті статті одразу після терміна *ESG-практика* подане його пояснення українською мовою (“Також нам потрібне поступове запровадження *ESG-практик* (урахування екологічних факторів, соціальна відповідальність і корпоративне управління)” // NV, 26 грудня, 2024). У іншій статті через англійський відповідник і його український переклад поряд автор тексту розшифровує англійську аббревіатуру *BNPL* (“У нас буде *BNPL* – сервіс buy now, pay later – коли ти можеш просто сплатити покупку, а гроші з тебе спишуться на 30-й день” // NV, 24 грудня, 2021).

Інноваційним підходом можемо вважати пояснення термінів-англізмів не в тексті статті, а у вигульковому вікні, яке з'являється, коли на слово наводиш курсор: *NPS* (“І, зрештою, це *NPS* [у вікні з'являється пояснення терміна – *Індекс споживчої лояльності*], який у нас на рівні 70 % – це ставлення клієнта до бренду” // NV бізнес, 23 грудня, 2021). За таким принципом розтлумачені й інші терміни-аббревіатури: спочатку подане декодування аббревіатури англійською мовою, а потім – пояснення самого терміна українською мовою: *MAU* і *DAU*: (“Оцінюється *MAU* [Monthly Active Users – кількість унікальних користувачів, які заходили в програму протягом місяця] та *DAU* [Daily Active Users – кількість унікальних користувачів, які заходили в програму в певний день], у нас він поза межний” // NV бізнес, 23 грудня, 2021).

Цей підхід тлумачення англізмів важливий з кількох причин. По-перше, він робить текст доступним не лише для фахівців,

ознайомлених із вузькоспеціалізованою термінологією, а й для широкої аудиторії. По-друге, він виконує освітню функцію, допомагаючи читачам, навіть експертам у банківській сфері, розширювати свій професійний словниковий запас [Синюгіна, 2025, с. 31].

До речі, інколи трапляються й приклади пояснення не аббревіатури, а звичайного терміна, записаного українською графікою, що свідчить про недостатнє опрацювання іншомовного тексту перекладачем або намагання автора ввести в обіг нову лексему: *стривер*, *гівер* (“...наймані працівники мають шість патернів мотивації: оператор, ремісник, *стривер* (той, хто прагне), *гівер* (той, хто віддає), дослідник, піонер” // NV, 5 грудня, 2022).

Такий метод перекладу, коли для відтворення безеквівалентної лексики замість простого запозичення використовують розгорнуте пояснення терміна, мовознавці називають дескриптивним (роз’яснювальним), або ж, використовуючи українську термінологію, описовим, наприклад: *data mining* – процес виявлення прихованих закономірностей у великих масивах даних за допомогою математичних та статистичних методів [Щерба, 2004, с. 260]. Він допомагає точніше передати значення слова й зробити його зрозумілішим для носіїв іншої мови. Описова частина може бути подана в дужках одразу після іншомовного слова або як примітка внизу сторінки, як-от: *crowdsourcing* – краудсорсинг (колективна співпраця людей через інтернет для вирішення певного завдання) [Богайчук, Гасюк, & Сахневич, 2023, с. 139].

II. Фонетична адаптація передбачає фонетичну трансформацію слова, а саме пристосування звукового складу іншомовної лексики до фонетичної системи мови-реципієнта [Павелків, 2023, с. 126].

Традиційно базовими методами запозичення слів мовознавці називають транскрипцію, транслітерацію та калькування [Федик, 2022, с. 120]. Перший полягає в збереженні фонетичної оболонки, другий – у трансформації літер мови-джерела в літери мови-реципієнта, а третій – у точному перекладі іншомовного слова шляхом пошуку національних відповідників. Оскільки ці три методи не можуть охопити усіх випадків відтворення іншомовних слів, то до них додають ще й змішане транскодування,

яке поєднує транскрипцію та транслітерацію [Гудкова, 2022, с. 150], а також явище часткового калькування, коли один компонент складних слів транслітерують, а інший перекладають українським відповідником або раніше запозиченим словом: *media content* – *медіа-контент* [Щерба, 2004, с. 260].

Із 400 зібраних нами англійців 51 (а це становить 12,8 % від загальної кількості одиниць) повністю оформлені графічною системою англійської мови. Вони зовсім не пристосовані до фонетики нашої мови, абсолютно незрозумілі читачеві, який не володіє англійською мовою, а значна частина їх викликає труднощі сприйняття навіть у фахівців з економічної сфери.

Проблемою є не лише розуміння, а й правильна вимова цих англійців. Речення з ними видаються кострубатими, стилістично переважаними й важкими для сприйняття: (“Ми ставимо ці пріоритети на майбутнє – залишатися *top-taxpayer*, *top-investor*, *top-employer*” // NV, 15 січня 2024). У більшості подібних прикладів неадаптовані англійці доцільно було б замінити українськими відповідниками, якщо врахувати ще й те, що афіксоїд *top* можна перекласти по-різному, підбравши такі українські слова, які нададуть семантиці перекладеного англійця тонші й більш точні відтінки: *top-employer* (найкращий роботодавець)¹, *top-investor* (провідний інвестор), *top-taxpayer* (найбільший платник податків).

Фонетично неадаптованими вважаємо такі одиниці: *asset-based financing* (фінансування під забезпечення активами), *business-first* (орієнтований передусім на бізнес), *climate tech* (кліматичні технології), *data science* (наука про дані), *digital-only* (лише цифровий формат), *double-check* (повторна перевірка), *exploration-first* (орієнтований передусім на дослідження), *hype cycle* (цикл ажіотажу), *kick-off* (стартова зустріч), *run rate revenue* (прогнозований дохід на основі поточного темпу), *softlaunch* (м’який запуск), *sustainability* (сталий розвиток), *trump trade* (торгівля на політичних очікуваннях).

¹ Тут і далі в дужках () як можливий варіант для заміни англійця подаємо наш дослівний переклад, або український відповідник, або пояснення запозиченій одиниці.

Значна частина їх представлена абрєвіатурами, які потребують розшифрування і в мові-джерелі: *AI* (ШІ, штучний інтелект), *GDPR* (загальний регламент захисту даних), *IPO* (первинне публічне розміщення акцій), *NPS* (індекс споживчої лояльності), *PSP* (платіжний сервіс-провайдер), *SPV* (спеціально створена проєктна компанія).

Решта зібраних англїзмів повністю або частково передані графікою української мови, а отже, вони пройшли чи проходять шлях фонетичної адаптації до звукової системи мови-реципієнта, і їх можна вважати фонетично адаптованими. Таких англїзмів виявлено 349, що становить 87,2 % від усіх зібраних одиниць.

Найбільш структуровану та вичерпну систематизацію фонетичних змін іншомовних слів у процесі пристосування їх до української фонетики пропонують Е. Й. Есєнова та Н. Г. Синицька. Із врахуванням ступеня передачі вихідної матеріальної форми лексичної одиниці та набутого нею фонетико-структурного складу мовознавиці виокремлюють дві групи англїзмів: *повні*, які поділяють на чотири підгрупи (транскрипти, транслїтеранти, напівтранскрипти, напівтранслїтеранти), та *часткові*, серед яких виокремлюють дві підгрупи (кореневі, квазікореневі) [Есєнова, & Синицька, 1994, с. 17–18]. Окремо додають *гібридні словосполучення*, у яких трансформовані лише деякі морфеми, а інші перекладені або замінені відповідними морфемами мови-реципієнта: *дисконтна політика* – discount policy, *емєрджентна еволюція* – emergent evolution [Есєнова, 2023, с. 141–142].

Для детального аналізу фонетичної адаптації англїзмів економічної сфери за основу беремо цю класифікацію і, врахувавши систематизації інших дослідників та особливості зібраного матеріалу, дещо видозмінюємо її, а саме: об'єднуємо напівтранскрипти з напівтранслїтерантами та доповнюємо кількома групами часткові запозичення.

З-поміж 349 фонетично адаптованих англїзмів виокремлюємо 177 повних (що становить 50,7 %) та 172 часткових (49,3 %).

А. Повні англїзми – 177 одиниць (50,7 %). Це слова, які перейшли з англїйської мови в українську з мінімальною адаптацією до фонетичних, граматичних та орфографічних норм.

Серед них виокремлюємо три групи: 1) транскрипти, 2) транслітеранти, 3) напівтранскрипти та напівтранслітеранти.

1. До першої групи належать *транскрипти*. Це лексичні одиниці, які відтворюють звучання слів в англійській мові: *лізинг* – *leasing*, *ділер* – *dealer*) [Есенова, & Синицька, 1994, с. 17]. Із зібраних нами повних англізмів вони становлять найбільшу кількість – 89 одиниць (50,3 %): *бек-офіс* < *back office* (адміністративно-операційний підрозділ)¹, *білінг* < *billing* (виставлення рахунків і облік платежів), *борд* < *board* (рада директорів), *бум* < *boom* (стрімке зростання), *бустер* < *booster* (підсилювач, стимулювальний чинник), *геймченджер* < *game changer* (чинник, що кардинально змінює ситуацію), *дашборд* < *dashboard* (інформаційна панель показників), *демедж* < *damage* (збитки, шкода), *драйвер* < *driver* (рушійний чинник), *інтерфейс* < *interface* (засіб взаємодії користувача з системою), *інсайд* < *inside* (всередині, внутрішній, секретна, внутрішня інформація), *інсайт* < *insight* (прозріння, раптове усвідомлення), *кейс* < *case* (ситуація, приклад), *кеш-ін* < *cash-in* (внесення готівки), *кешбек* < *cashback* (повернення частини витрачених коштів), *кешлес* < *cashless* (безготівковий розрахунок), *лід* < *lead* (потенційний клієнт), *левередж* < *leverage* (фінансовий важіль), *мас-маркет* < *mass market* (масовий ринок), *месенджер* < *messenger* (застосунок для обміну повідомленнями), *мідл-офіс* < *middle office* (проміжний операційний підрозділ), *офер* < *offer* (пропозиція), *пітч* < *pitch* (коротка презентація ідеї), *рейд* < *raid* (раптова перевірка, силова акція), *реліз* < *release* (випуск продукту або оновлення), *сейл* < *sale* (розпродаж), *стейблкоїн* < *stablecoin* (криптовалюта зі стабільною вартістю), *трейдер* < *trader* (учасник торгів на фінансових ринках), *флоу* < *flow* (потік, хід процесу).

2. До другої групи зараховуємо *транслітеранти*, тобто лексичні одиниці, які літера за літерою відтворюють англійське слово в українській мові: *брокер* – *broker*, *сервер* – *server* [Есенова, 2023, с. 142].

¹ Тут і далі подаємо, позначивши стрілочкою <, спочатку англійське слово, а потім в дужках () як можливий варіант для заміни іншомовного слова пропонуємо наш дослівний переклад, або український відповідник, або пояснення запозиченій одиниці.

Серед 177 зібраних повних англiзмiв вони посiдають третє мiсце, iх 43 слова (24,2 %): *банкiнг* < banking (банкiвська дiяльнiсть), *брейнстормiнг* < brainstorming (колективне генерування iдей), *брокер* < broker (посередник у фiнансових операцiях), *гiвер* < giver (той, хто надає ресурси або допомогу), *грант* < grant (безповоротна фiнансова допомога), *девелопмент* < development (розвиток, створення проєктiв), *девелопер* < developer (розробник або забудовник), *донор* < donor (той, хто надає ресурси або фiнансування), *екодевелопмент* < ecodesvelopment (екологiчно орiєнтований розвиток), *iмiтатор* < imitator (той, хто наслiдує; наслiдувач), *iнвестор* < investor (вкладник капiталу), *ментор* < mentor (наставник), *нетворкiнг* < networking (налагодження професiйних зв'язкiв), *овердрафт* < overdraft (короткостроковий кредит на рахунок), *премiум-сегмент* < premium segment (сегмент високої якостi та цiни), *супорт* < support (пiдтримка користувачiв), *тендер* < tender (конкурс на виконання робiт чи постачання), *фармiнг* < farming (видобуток або отримання ресурсiв, зокрема в криптосферi), *форум* < forum (майданчик для обговорення), *халвiнг* < halving (зменшення вдвiчі винагороди за створення нового блоку в системi цифрової валюти).

До цiєї групи зараховуємо й лексеми, у яких транслiтерована форма збiгається з оригiнальною вимовою: *тренд* < trend (загальна тенденцiя розвитку), *спот* < spot (угода з негайним виконанням). Iншi ж науковцi такий рiзновид транскодування запозичених термiнiв, коли основнi способи передачi автентичної фонетичної структури – транскрипцiя та транслiтерацiя – накладенi один на одного, зараховують до змiшаного транскодування: *bot* – *бот*, *net* – *нет* [Гудкова, 2022, с. 151], яке ми розглядатимемо в наступнiй пiдгрупi англiзмiв.

3. До третьої групи належать *напiвтранскрипти*, якi неповно вiдтворюють фонетичне звучання оригiналу, оскiльки це пов'язано з особливостями фонетичної структури української мови, та *напiвтранслiтеранти*, якi побуквено, але також не точно вiдтворюють графiчний образ англiйського слова в українській мовi. Iх можна об'єднати в одну групу, оскiльки неточностi пiд час трансформацiї слiв з однiєї мови на iншу стосуються, як правило, фонетики та графiки одночасно [Есенова, 2023, с. 142].

Н. М. Гудкова такий спосіб відтворення англійських лексем називає змішаним транскодуванням [Гудкова, 2022, с. 151].

Ця підгрупа налічує 45 одиниць (25,4 %): *айтрекінг* < eye tracking (відстеження руху очей), *акселератор* < accelerator (програма підтримки та розвитку стартапів), *веб-серфінг* < web surfing (перегляд вебсторінок), *дилер* < dealer (посередник у торгівлі), *дисконт* < discount (знижка), *дистрибутор* < distributor (розповсюджувач товарів), *інтернет-еквайринг* < internet acquiring (приймання онлайн-платежів), *кліринг* < clearing (взаєморозрахунки між сторонами), *мерчендайзинг* < merchandising (підвищення товарності), *мілленіал* < millennial (представник покоління, народженого наприкінці ХХ ст.), *моніторинг* < monitoring (систематичне спостереження), *нейромаркетинг* < neuromarketing (дослідження реакцій споживачів на основі нейронауки), *процесинг* < processing (оброблення даних або транзакцій), *репозиторій* < repository (сховище даних), *сеньйор* < senior (досвідчений фахівець високого рівня), *хайринг* < hiring (процес найму працівників), *хедж-фонд* < hedge fund (інвестиційний фонд зі стратегіями ризику), *холдинг* < holding (група компаній під спільним управлінням) та ін.

Б. Часткові англізми налічують 172 одиниці, що становить 49,3 % від усіх фонетично адаптованих запозичень. Вони частково адаптуються до мови-реципієнта шляхом перекладу чи заміни морфем або ж шляхом використання оригінальних компонентів мови-джерела в поєднанні з питомими.

Серед часткових запозичень виокремлюємо чотири підгрупи: 1) кореневі: *демпінгувати* < dumping (продавати за штучно заниженими цінами), *релокований* < to relocate (переміщений в інше місце); 2) квазікореневі: *айтівець* < IT specialist (фахівець з інформаційних технологій), *лідогенерація* < lead generation (залучення потенційних клієнтів); 3) складні англізми з фонетично неадаптованою частиною мови-джерела: *retail-мережа* < retail network (роздрібна торговельна мережа), *POS-термінал* < POS terminal (платіжний термінал у точці продажу); 4) складні англізми з питомими компонентами мови-реципієнта: *крипто-активи* < crypto-assets (цифрові активи на основі криптографії),

бек-команда < *back team* (внутрішня команда підтримки процесів). Однак детально розглядати тут їх не будемо, бо такі запозичення доцільно аналізувати на граматичному рівні, оскільки вони пройшли словотвірний і морфологічний ступінь адаптації.

Співвідношення англізмів за ступенем фонетичної адаптації наведено на рис. 1 та 2.

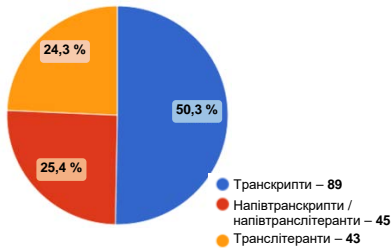


Рис. 1. Фонетична адаптація повних запозичень (177 повних запозичень)



Рис. 2. Фонетична адаптація часткових запозичень (172 часткові запозичення)

III. Орфографічна адаптація полягає в пристосуванні англізмів до правил правопису української мови. Більшість графічно адаптованих англізмів відповідають орфографії української мови: форум < *forum*, контент < *content*, тренд < *trend*, інвестор < *investor*, платформа < *platform*, ментор < *mentor*, блогер < *blogger*.

Однак є низка слів, які демонструють орфографічну неусталеність, а подекуди, на жаль, і неграмотність авторів статей: *мілленіал* < *millennial*, *е-комерс* < *e-commerce*, *оффер* < *offer*.

Входячи в українську мову, англізми можуть набувати різних форм написання, навіть коли йдеться про одне й те саме поняття. Це можна пояснити кількома причинами – різними способами фонетичної та граматичної адаптації або ж помилковими записами. Наприклад, в українських економічних статтях англійське слово *e-commerce* (інтернет-торгівля) функціонує аж у трьох варіантах: як квазікореневий англізм *е-ком* (“Низьке проникнення *е-кома* в офлайн, близько 7–8 %” // NV, 20 серпня, 2021), як транслітерант *е-комерс* (“Наприкінці цього року виходить казахський Каспій банк, який вийшов із банківського бізнесу,

але став лідером і фінтех, і *e-комерс* у Казахстані” // NV, 20 серпня, 2021) і як графічно й фонетично неадаптований англізм у назві статті (“*E-commerce* 2.0 в Україні” // NV Бізнес, 20 серпня, 2021).

Як транскрипти, що лягли в основу кореневих англізмів, і як транслітеранти розглядаємо запозичення:

- *дистриб'ютор* (*дистриб'юторський*) – *дистрибутор* < *distributor* (посередник у ланцюгу постачання): як транскрипт *дистриб'ютор* (“Виручку від продажу російських активів дилер має намір інвестувати у розвиток основного *дистриб'юторського* бізнесу” // NV, 28 квітень, 2024); як транслітерант *дистрибутор* (“На виставці споживчої електроніки CES в Лас-Вегасі стартап вирішив схопити свою мрію за хвіст і познайомився з *дистрибуторами*, які працюють з Apple” // NV, 24 липня, 2018). Правильний варіант – *дистриб'ютор*, оскільки в англійському слові *distributor* є звукосполучення [ju], то ми передаємо його через ю і ставимо апостроф після губного б [Мазніченко та ін., 2019, с. 164].

- *фандрейзинг* – *фандрайзинг* (*фандрайзинговий*) < *fundraising* (залучення фінансових ресурсів для реалізації проєктів): як транслітерант *фандрайзинговий* (“Це фандрайзингова платформа для збору коштів на потреби України...” // NV, 16 липня, 2022); як транскрипт *фандрейзинг* (“...роль маркетингу та фандрейзингу у масштабуванні перспективних проєктів” // NV, 6 квітня, 2024). Правильний варіант – *фандрейзинг*, оскільки “англійські дифтонги [au], [ei], [ou] звичайно передаємо, імітуючи їхнє звучання в мові оригіналу, через **ау, ей, оу**” [Мазніченко та ін., 2019, с. 162]. Англійське слово *fundraising* вимовляємо з дифтонгом [ei], тому його слід передавати через **ей**.

Прикладом помилкових записів можуть слугувати англізми з варіантним написанням у різних текстах:

- *криптоактиви* – *кріптоактив* < *crypto asset* (цифровий актив): *криптоактиви* (“Нічого дивного – криптоактиви далеко не перший об'єкт інвестицій, ціна на який злітає до небес” // NV, 12 березня, 2024); *кріптоактив* (“За даними ETF.com, кріптоактиви, якими оперують найбільші інвестфонди BlackRock, Franklin Templeton і Invesco, збільшились майже \$4 млрд” // NV, 12 березня, 2024). Правильний варіант – *криптоактив*, оскільки

и пишемо “у загальних назвах після приголосних **д, т, з (дз), с, ц, ж (дж), ч, ш, р** перед наступним приголосним (крім **й**)...” [Мазніченко та ін., 2019, с. 160]. Цьому правилу мають підпорядковуватися й такі англізми: *диджитал-креатив* < digital creative (цифровий креативний продукт або контент), *діджитал-банк* < digital bank (цифровий банк без фізичних відділень). Однак останній у текстах журналу трапляється з помилкою.

Дискусія і висновки

Аналіз особливостей функціонування 349 фонетично адаптованих англізмів сучасного українського бізнес-дискурсу показав майже однакове співвідношення між повними (177 одиниць, що становить 50,7 %) і частковими (172 одиниці, що становить 49,3 %) запозиченнями.

З-поміж трьох груп 177 повних англізмів значне переважання транскриптів (89 одиниць, що становить 50,3 %) відображає тенденцію до збереження оригінального звучання англійських слів. Це є наслідком масового поширення англійської мови серед бізнесових структур і зумовлено потребою точно ідентифікувати міжнародні терміни для комунікації з іноземними партнерами.

Четверта частина напівтранскриптів і напівтранслітерантів – 45 одиниць (25,4 %) – зумовлена природними розбіжностями фонетичної системи української та англійської мов, унаслідок чого не завжди можна точно відтворити звуки запозичених слів. А вдвічі менша кількість транслітерантів порівняно з транскриптами – 43 одиниці (24,3 %) – свідчить про намагання авторів уникати побуквеного відтворення лексеми, яке може не лише спотворювати звучання, а й ускладнювати розпізнавання слова в усному спілкуванні.

Аналіз графічної адаптації англізмів засвідчив: із 400 англійських запозичень найбільше виявлено лексичних одиниць, переданих літерами українського алфавіту – 312 (78 %). У цьому простежуємо загальну тенденцію адаптувати іншомовні запозичення до графічної системи української мови, а також бажання авторів полегшити сприйняття та вживання їх українським читачем. Друге місце посідають слова, що зберігають оригінальну англійську графіку – 51 (12,8 %), а третє – слова-гібриди – 37 (9,3 %).

Нам важливо зрозуміти, що з розвитком глобалізаційних процесів проблема англомовних запозичень дедалі загострюватиметься, а процес входження англійзмів в українську мову є неминучим. Тому мовознавцям треба досліджувати їх, за можливості шукати альтернативні варіанти, способи та стратегії заміни чи витіснення їх із професійних сфер, щоб мінімізувати негативні наслідки.

Треба знайти відповідь на питання, чому автори нерідко обирають саме англійзми, а не їхні українські відповідники. Аналіз матеріалу дає підстави виокремити кілька ключових чинників. Передусім частина англомовних термінів уже закріпилася в професійному дискурсі, тому їхня заміна може ускладнювати сприйняття текстів або навіть спричиняти непорозуміння між фахівцями. Окрім того, деякі поняття є настільки вузькоспеціалізованими, що їхній переклад українською мовою потребує розгорнутих описових конструкцій, які не завжди зручні у вживанні (напр., термін *ESG-практики* передбачає громіздке тлумачення на кшталт *практики з урахуванням екологічних, соціальних та управлінських чинників*).

Водночас варто враховувати, що пріоритетом залишається формування та закріплення українських термінів. Утім на етапі, коли відповідник ще не набув усталеності, доцільним видається комбінований підхід – використання англійзму разом із його коротким поясненням. Така стратегія дозволяє зберегти точність професійної комунікації, роблячи текст доступнішим для ширшої аудиторії, і водночас створює підґрунтя для поступового утвердження українських відповідників. Із часом частина запозичень природно витісниться питомими назвами, що сприятиме гармонійному розвитку української термінології.

Проаналізований нами матеріал продемонстрував, що з одного боку, англійзми спрощують міжнародну комунікацію в професійних сферах, а з іншого, – зловживання ними становить загрозу самотності української мови, особливо коли йдеться про поповнення лексичного складу неадаптованими або мінімально адаптованими англійзмами. Сучасна хвиля англійзмів є “варваризацією лексичної системи української мови” і вказує на її руйнівний вплив, особливо в освітньому дискурсі [Фаріон, 2000, с. 150]. У багатьох прикладах англійські запозичення

можна було б замінити українськими відповідниками без втрати змісту. Тому дослідження англізмів і дискусії щодо доцільності їх використання залишаються актуальними.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в студіюванні лексико-семантичних особливостей англізмів у бізнес-дискурсі з метою пошуку українських відповідників до нових іншомовних термінів і регулювання процесу входження англізмів в українську мову без надмірного вживання їх; у стандартизації правопису англізмів та укладанні сучасних словників бізнес-термінології; у розробленні ефективних методів просування українських аналогів новітнім запозиченням у бізнес-середовищі, освіті, діловому спілкуванні та засобах масової інформації.

Внесок авторів: Людмила Кравченко – концептуалізація, методологія, написання (план, структура, формальний аналіз, частина оригінальної чернетки, перегляд і редагування); Стефанія Синюгіна – підбір матеріалу для дослідження і його опис, зокрема укладання покажчика англізмів у мінімальних контекстах та паспортизація їх, формальний аналіз англізмів, класифікація лексем, написання (частина оригінальної чернетки).

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

NV – український суспільно-політичний журнал *New Voice*. У тексті, покликаючись на цей журнал, зазначаємо місяць і дату виходу статті (як-от: // NV, 27 листопада, 2024).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Ажнюк, Б. М. (2021). *Мовна політика: Україна і світ*. Видавничий дім Дмитра Бураго.

Белей, Л., Гончаренко, А., Ківу, М., & Олександрук, І. (Уклад.). (2022). *Словник новітніх англізмів*. Наукова думка.

Богайчук, О. С., Гасюк, О. С., & Сахневич, І. А. (2023). Переклад безеквівалентної лексики. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 63, 137–140.

Гудкова, Н. М. (2022). Фонетико-графічна адаптація при перекладі англійських термінів сфери високих технологій. *Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку* (с. 149–154). Університет Григорія Сковороди в Переяславі.

Дьолог, О. С. (2019). Особливості адаптації новітніх англіцизмів у сучасній українській мові (на прикладі мови ЗМІ). *International scientific and practical conference "Research of different directions of development of philological sciences in Ukraine and EU"* (с. 168–174). Baltija Publishing.

Есенова, Е. Й. (2023). Транслітерація як спосіб передачі матеріальної форми запозичених лексем. *Закарпатські філологічні студії*, 27, 139–144.

Есенова, Е. Й., & Синицька, Н. Г. (1994). До питання інтернаціоналізації загальнонародної та термінологічної лексики. *Науковий вісник Ужгородського університету*, 1, 15–20.

Зимовець, Г. (2024). Англо-українська взаємодія на сучасному етапі: форми та чинники. *Мовознавство*, 2, 24–35.

Марценюк, О. Г., Ременяк, С. В., & Кулик, А. І. (2022). Варваризми в сучасній українській мові. *Молодий вчений*, 4.1, 39–42.

Павелків, К. М. (2023). Вплив англіцизмів на сучасну українську мову: Сфери проникнення. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 2(63), 125–130.

Про застосування англійської мови в Україні, Закон України № 3760-IX (2025) (Україна). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3760-20#Text>

Синюгіна, С. А. (2025). *Англізми в сучасному українському бізнес-дискурсі* [Кваліфікаційна робота “бакалавр”, КНУ імені Тараса Шевченка]. Інституційний репозитарій Київського національного університету імені Тараса Шевченка. <https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/7697>

Мазніченко, Є. І., Македон, В. Є., Шарабанова, С. В., & Яловнича, І. Л. (Ред.). (2019). *Український правопис*. Наукова думка.

Фаріон, І. Д. (2000). Англломовний наступ в українській дійсності. *Сучасність*, 3, 150–156.

Фаріон, І. Д. (2020). Соціальний контекст англоварваризації в українській освіті та науці. *Збірник наукових праць*, 1(27), 173–182.

Федик, В. В. (2022). Запозичення як засіб збагачення словникового складу англійської мови. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 56, 117–121.

Щербань, Д. В. (2004). Засоби запозичення та асиміляція англломовних комп'ютерних термінів. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 17, 260–262.

List of countries where English is an official language. (n. d.). Globed. <https://surl.li/gkumrw>

REFERENCES

Azhniuk, B. M. (2021). *Language policy: Ukraine and the world: Monograph*. Dmytro Burago Publishing House [in Ukrainian].

Belei, L., Honcharenko, A., Kivu, M., & Oleksandruk, I. (Eds.). (2022). *Dictionary of the latest English borrowings*. Naukova Dumka [in Ukrainian].

Bohaichuk, O. S., Hasiuk, O. S., & Sakhnevych, I. A. (2023). Translation of non-equivalent vocabulary. *Scientific Bulletin of the International Humanities University*, 63, 137–140 [in Ukrainian].

Dioloh, O. S. (2019). Features of adaptation of the latest English borrowings in modern Ukrainian (based on media language). In *International scientific and practical conference "Research of different directions of development of philological sciences in Ukraine and EU"* (pp. 168–174). Baltija Publishing [in Ukrainian].

Esenova, E. Y. (2023). Transliteration as a way of conveying the material form of borrowed lexemes. *Transcarpathian Philological Studies*, 27, 139–144 [in Ukrainian].

Esenova, E. Y., & Synytska, N. H. (1994). On the issue of internationalization of common and terminological vocabulary. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University*, 1, 15–20 [in Ukrainian].

Farion, I. D. (2000). English-language expansion in Ukrainian reality. *Suchasnist*, 3, 150–156 [in Ukrainian].

Farion, I. D. (2020). Social context of English barbarization in Ukrainian education and science. *Collection of Scientific Papers*, 1(27), 173–182 [in Ukrainian].

Fedyk, V. V. (2022). Borrowings as a means of enriching the vocabulary of the English language. *Topical Issues of the Humanities*, 56, 117–121 [in Ukrainian].

Hudkova, N. M. (2022). Phonetic and graphic adaptation in translation of English high-tech terms. In *Intercultural communication and translation studies: Points of contact and development prospects* (pp. 149–154). Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav [in Ukrainian].

List of countries where English is an official language. (n. d.). Globed. <https://surl.li/gkumrw>

Martseniuk, O. H., Remeniak, S. V., & Kulyk, A. I. (2022). Barbarisms in the modern Ukrainian language. *Young Scientist*, 4.1, 39–42.

Maznichenko, Y. I., Makedon, V. Y., Sharabanova, S. V., & Yalovnycha, I. L. (Eds.). (2019). *Ukrainian orthography*. Naukova Dumka [in Ukrainian].

On the use of the English language in Ukraine, Law of Ukraine No. 3760-IX (2025) [in Ukrainian]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3760-20#Text>

Pavelkiv, K. M. (n.d.). The influence of English borrowings on the modern Ukrainian language: Areas of penetration. *Topical Issues of the Humanities*, 2(63), 125–130.

Pryima, L. (2020). Grammatical assimilation of English borrowings in modern Ukrainian. *Linguistic Studies*, 2(40), 71–80 [in Ukrainian].

Savina, Y. O., & Laskava, Y. V. (2023). Functioning of English borrowings in professional speech. *Scientific Notes of V. I. Vernadskyi TNU. Series "Philology. Journalism"*, 34(3), 60–65 [in Ukrainian].

Shcherba, D. V. (2004). Means of borrowing and assimilation of English computer terms. *Bulletin of Zhytomyr Ivan Franko State University*, 17, 260–262 [in Ukrainian].

Syniuhina, S. A. (2025). English borrowings in modern Ukrainian business discourse [Bachelor's thesis, Taras Shevchenko National University of Kyiv]. *Institutional Repository of Taras Shevchenko National University of Kyiv* [in Ukrainian]. <https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/7697>

Zymovets H. (2024). English–Ukrainian Interaction at the Present Stage: Forms and Factors. *Linguistics*, 2, 24–35 [in Ukrainian].

Отримано редакцією збірника / Received: 15.04.26

Прорецензовано / Revised: 08.05.26

Схвалено до друку / Accepted: 12.05.26

Liudmyla KRAVCHENKO, PhD (Philol.), Assoc. Prof.

ORCID ID: 0000-0002-9043-566X

e-mail: l.kravchenko@knu.ua

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Stefaniia SYNIUHINA, Bachelor

ORCID ID: 0009-0000-9652-5212

e-mail: stefaa.syn@gmail.com

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

PHONETIC AND GRAPHIC ADAPTATION OF LATEST ENGLISH BORROWINGS IN UKRAINIAN-LANGUAGE BUSINESS DISCOURSE

Background. *The language of business, which serves the field of economic relations, is characterized by high dynamics of development and the constant renewal of its lexical composition due to the emergence of numerous words denoting new realities, concepts, and processes. In recent decades, the English language has had a significant impact on various spheres of social life, particularly on the business environment. Studying the specifics of how English borrowings function in economic texts and how they are adapted at different levels of the language system enables a deeper understanding of the processes of assimilating foreign elements into the Ukrainian language. It also helps optimize the borrowing process and minimize the potential negative consequences of the excessive use of foreign lexemes.*

Methods. *The study examines 400 English borrowings used in business texts of the Ukrainian socio-political magazine *New Voice* from 2018 to 2025. It employs general scientific and specifically linguistic methods, including total*

sampling, comparison, structural and distributional analyses, systematization, as well as descriptive, statistical, and quantitative methods.

Results. The adaptation of business-related English borrowings at the graphic and phonetic levels of the language system is described. It has been established that at the graphic level, the majority of English borrowings – 312 units (78 %) – are fully adapted to Ukrainian orthography (нейромаркетинг), while only 51 (12.8 %) retain their original spelling (digital-only), and 37 English borrowings (9.3 %) are hybrid forms (retail-мережі), a significant portion of which contain non-adapted abbreviations (UX-аналітика).

The phonetic analysis of 177 fully borrowed English borrowings revealed the dominance of transcriptions – 89 units (50.3 %), which fully reproduce the pronunciation of the original words (кешибек – cashback), nearly a quarter of transliterations – 43 items (24.3 %), which attempt to preserve the original spelling on a letter-by-letter basis (девелопер < developer), and an equal number of semi-transcriptions and semi-transliterations – 45 items (25.4 %) with mixed transcoding (хедж-фонд – hedge fund).

Most graphically adapted English borrowings correspond to the spelling of the Ukrainian language: (холдинг, хайринг), however, some demonstrate orthographic instability (фандрейзинг – фандрайзинговий) or spelling errors (оффер).

Conclusions. A comprehensive study of the functioning of English borrowings in economic texts contributes to the understanding of how globalization processes influence the language structure of business communication. The findings can be used to develop guidelines for the rational use of English borrowings in the economic sphere; to optimize the adaptation of English borrowings in Ukrainian business terminology; and in lexicographic practice for compiling dictionaries of recent English borrowings and updating existing ones.

Keywords: Ukrainian language, English borrowings, borrowing, phonetic adaptation, graphic adaptation, business discourse.

Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів. Спонсори не брали участі в розробленні дослідження; у зборі, аналізі чи інтерпретації даних; у написанні рукопису; у рішенні про публікацію результатів.

The authors declares no conflicts of interest. The funders had no role in the design of the study; in the collection, analyses or interpretation of data; in the writing of the manuscript; in the decision to publish the results.