

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ГРЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ
КАФЕДРА ГРЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

До захисту допустити:
Зав.кафедри

«__» _____ 20__ р.

**Кваліфікаційна робота
за освітнім ступенем «Магістр» на тему:
«ВАРВАРИЗМИ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ СТИЛІ
НОВОГРЕЦЬКОЇ МОВИ»**

Студентки факультету грецької філології та перекладу спеціальності «Філологія» освітньо-професійної програми «Філологія. Мова та література (новогрецька)» освітнього ступеня «Магістр» Суботіної Тетяни Олегівни
Науковий керівник:
Лабецька Юлія Богданівна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри грецької філології та перекладу
Рецензент:
Балабан Олена Олександрівна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри загального мовознавства та германістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____
Секретар ЕК _____
«__» _____ 20__ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВАРВАРИЗМІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЛІНГВІСТИКИ	7
1.1 Мовні контакти як передумова появи варваризмів	7
1.2 Явище «запозичення» як головний чинник збагачення мови	10
1.3 Шляхи потрапляння запозичень з різних мов у новогрецьку	16
1.3.1 Основні мотиви запозичення іншомовних лексичних одиниць	22
1.4 Варваризми як вид запозичень	44
ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ	52
Розділ 2. ВАРВАРИЗМИ ЯК ДЖЕРЕЛО ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИЧНОЇ СИСТЕМИ НОВОГРЕЦЬКОЇ МОВИ.....	54
2.1 Тематична класифікація варваризмів у публіцистичному стилі (на матеріалі новогрецької мови.....	54
2.2 Рівень адаптованості варваризмів до норм сучасної новогрецької мови	84
ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ	95
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	100
ДОДАТОК А.....	111

ВСТУП

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню варваризмів у новогрецькій публіцистиці.

Як відомо, лексичний склад кожної мови формується впродовж століть постійно вдосконалюється. При цьому лексика кожної мови складається не лише з рідної, а й із запозиченої, оскільки жодна культура світу не розвивається в ізоляції. Контакти ж народів зумовлюють і мовні контакти, одним із важливих наслідків яких є обмін словами.

На сьогодні, іншомовна лексика – це один із продуктивних способів розширення словникового складу будь-якої мови. Проблема запозичень не є новою, але вона лишається актуальною з огляду на безперервність процесу запозичення та необхідність відслідковувати тенденції та закономірності цього процесу. Цим питанням присвячено як окремі монографічні, дисертаційні розвідки, статті, так і праці, опосередковано дотичні до проблеми. Однак сьогодні поставлена проблема через свою широту, багатоаспектність вивчення є актуальною і має практичне та теоретичне значення: потреба в словнику запозиченої лексики новогрецької мови, вироблення єдиної методології дослідження запозичених лексем, установлення реального відсотка запозичень в новогрецькій мові.

Отже, **актуальність** обраної теми зумовлена, сучасною лінгвістичною тенденцією до комплексного дослідження власне процесів контактування мов, внаслідок розширення міжнаціональної та міжкультурної комунікації у XXI ст., а також результатів цих взаємодій, одним із яких є запозичення, зокрема, в новогрецькій мові.

Об'єктом дослідження правлять варваризми в новогрецькій публіцистиці. При цьому обрання саме публіцистичного стилю мови зумовлено його здатністю віддзеркалювати всі тенденції актуального мовного вжитку.

Предмет роботи становлять лексико-семантичні та граматичні особливості варваризмів та специфіка їх адаптації до системи новогрецької мови.

Метою є аналіз варваризмів новогрецької мови, вивчення особливостей їх граматичного оформлення в мові-реципієнті, аналіз тематичної спрямованості газет, де вони використовуються частіше.

Дослідницькі завдання роботи:

- висвітлити поняття «мовні контакти»;
- визначити поняття «варваризм» як мовне явище;
- з'ясувати причини появи варваризмів у новогрецькій публіцистиці;
- проаналізувати особливості їхнього граматичного оформлення в мові-реципієнті;
- зробити тематичну класифікацію варваризмів, дібраних шляхом суцільної вибірки з текстів грецької преси;
- проаналізувати рівень адаптації варваризмів до норм сучасної новогрецької мови.

Матеріалом дослідження слугують такі грекомовні періодичні видання: «ATHENS VOICE», «VOGUE GREECE», «TO ВΗΜΑ», «NEWSBOMB», «ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ», «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ».

Теоретичну основу дослідження з проблеми збагачення мови численними іншомовними словами, які впливають на лексичний склад мови, становлять дослідження О. Потебні, І. Огієнка, С. Семчинського, Ю. Жлуктенка, Л. Лисиченко, О. Муромцевої, Б. Ажнюка, О. Ахманової, Ю. Сорокіна, Л. Крисіна, Е. Хаугена, У. Вайнрайха. За останнє десятиріччя ХХ ст. це питання набуло значущості та привернуло увагу багатьох дослідників. Зокрема, освоєння іншомовних запозичень у наукових терміносистемах досліджують О. Лисенко, Г. Сергєєва; питання словотвірного освоєння запозичень є об'єктом уваги С. Рижикової, Л. Чурсіної; Д. Мазурик, О. Стишов і О. Тодор розглядають запозичення слів як ефективний сучасний спосіб збагачування лексичного складу мови; лексико-семантичну рецепцію іншомовних слів аналізує В. Симонок. В

еліністиці питання дослідження запозичень порушували такі грецькі дослідники, як А. Анастасіаді-Симеоніді, Й. Папанастасіу, Н. Бугас, Г. Сидопулос, Х. Хараламбакіс та ін.

У кваліфікаційній роботі було використано такі **методи**, як *описовий і аналітичний*, за допомогою яких з'ясовано особливості публіцистичного стилю, окреслено причини активізації варваризмів в грекомовній пресі; *системно-структурний*, який слугував для виявлення взаємозв'язків елементів різних рівнів публіцистичного тексту; *метод контекстуально-семантичного аналізу*, на основі якого досліджено варваризми в текстовому оточенні, розкрито їхню стилістичну роль у публіцистиці; *метод комунікативно-прагматичного аналізу* дав змогу визначення прагматичних характеристик; *функціональний метод*, що дав змогу з'ясувати функції варваризмів у мові друкованих видань.

У дослідженні застосовано *прийоми спостереження над мовним матеріалом і класифікації*, а також процедури кількісних підрахунків для виявлення проценту наявності варваризмів у новогрецькій публіцистиці.

Наукова новизна розвідки полягає в тому, що в ній здійснено систематичне дослідження лексики іноземного походження в новогрецькій мові, розроблено семантичну класифікацію лексичних запозичень, розподілено лексичні запозичення за способом проникнення в мову-реципієнт, визначено частоту вживання варваризмів у газетному тексті на матеріалі грецьких суспільно-політичних, рекламно-інформаційних та розважальних видань.

Дослідження має **теоретичну значущість** у світлі таких загальних лінгвістичних проблем, як розвиток мови й реалізація мови у мовленні. Результати наукової роботи можуть бути корисними для подальшого вивчення процесів адаптації запозичень у новогрецькій мові, вироблення критеріїв доцільності входження іншомовних лексем в грецьку мову та нормування її спеціальної лексики.

Практична цінність роботи полягає в тому, що її матеріали можуть бути доцільними у практиці викладання лексикології, стилістики та

практичного курсу новогрецької мови, у роботі наукових семінарів тощо. Опрацьований матеріал дослідження може стати основою для розроблення посібників, методичних видань з аспекту «Суспільно-політична термінологія» новогрецької мови. Одержані результати можуть зацікавити не лише професійних філологів, а й усіх, хто вивчає новогрецьку мову.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження доповідались під час Декади студентської науки (Маріуполь, 2018, 2019, 2020) та Конкурсу студентських наукових робіт (Маріуполь, 2020).

Публікації. Результати дослідження викладено у тезах «Актуальні питання лінгвістики, світової літератури та художнього перекладу // Матеріали Всеукраїнської студентської наукової конференції (28 – 29 жовтня 2020 р.) / Відп. ред. Татаровська О. В. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2020. – 278 с.», опублікованих у збірнику матеріалів науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 120 сторінок. Основний зміст дослідження викладено на 99 сторінках. Список використаних джерел включає 97 найменувань, з них 7 іноземними мовами.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВАРВАРИЗМІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЛІНГВІСТИКИ

1.1 Мовні контакти як передумова появи варваризмів

Розглядаючи систему певної мови, мовознавці часто «абстрагуються від її зав'язків з іншими мовами, припускаючи, що ця система є замкнутою і гомогенною» [1, с. 17]. Насправді ж «лінгвістична спільність ніколи не буває гомогенною і навряд чи буває коли замкнутою» [1, с. 17]. Основний напрямок розвитку мови визначається її внутрішніми законами, але зовнішні впливи «можуть обмежити або посилити їх дію, порушити або внести в неї певні зміни» [1, с. 17]. Види і форми міжмовних відносин безмежно різноманітні, а їх характерна особливість полягає в тому, що вони пов'язані з соціально-історичними умовами життя мовних колективів [1, с. 17].

Протягом останніх десятиліть з'явилася досить велика кількість наукових праць з проблем взаємодії мов та мовних контактів.

Мовні контакти постають однією з найважливіших сторін міжнародного спілкування. Вони є необхідною умовою і, одночасно, наслідком розвитку політичних, культурних, торгових зв'язків між народами. Перша спроба визначити термін «мовні контакти» належить У. Вайнрайху: «Дві або декілька мов перебувають у контакті, якщо ними поперемінно користується одна й та сама особа» [10, с. 22].

Термін «мовні контакти», уведений у мовознавство Г. Шухардтом, прийшов на зміну застарілому терміну «змішування мов», який слідом за А. Мартіне та У. Вайнрайхом почали вживати багато лінгвістів, оскільки останній термін не вживався широко через свою невизначеність. Окрім того, вживається також термін «взаємний вплив мов».

Одними з чинників, які породжують мовні зміни, є так звані зовнішньо-лінгвістичні, зокрема, міжкультурна комунікація.

Термін «міжкультурна комунікація» у вузькому розумінні з'явився у 70-х роках ХХ століття, його зазвичай пов'язують з публікацією у 1975 році роботи Дж. Кондон та Йоселф Фейс «Вступ до міжкультурної комунікації».

Міжкультурна комунікація як поняття була створена для вирішення практичних питань післявоєнного світу, котрі формувалися в інтелектуальному середовищі і суспільній думці у цілому щодо так званих «екзотичних культур» та мов [5, с.2]. А, як відомо, мовні контакти спричиняють різні типи взаємодії мов, найголовнішими з яких є саме запозичення.

Разом з терміном «запозичення» дані терміни вживаються стосовно явищ контакту мов у цілому, а не тільки по відношенню до словника. Вони «репрезентують» складний процес мовних контактів як стосунки, за яких та чи інша з двох або більше мов виступає як сторона, що дає, а інша - як сторона, що бере, або за яких обидві мови збагачують одна одну [47, с. 6].

Історія вивчення мовних контактів почалася ще в ХІХ столітті. Однак увагу мовознавців у той час привертало не сам процес взаємодії мов, а питання про джерела того чи іншого запозичення. Тому для мовознавства ХІХ століття характерна певна обмеженість, яка проявляється в тому, що «явища взаємодії мов цікавили вчених тільки з однієї, генетичної, точки зору» [43, с. 4]. Надто прямолінійне і тому неприйнятне спрямування визначало вивчення мовних контактів в епоху панування в радянському мовознавстві так званого «нового вчення про мову».

Маррівська теорія «схрещування мов» не могла слугувати методологічною базою для дослідження міжмовних контактів. Наукову розробку проблеми взаємодії мов почали І.О. Бодуен де Куртене та Л. Щерба. На початку 60-х років її було відроджено Ю. Жлуктенком та В. Розенцвейгом.

Більшість мовознавців погоджуються з тим, що запозичення як наслідок мовних контактів завжди було нормальною функцією лінгвального

життя, що запозичення властиве кожній мові. Заперечувати цей факт не можна, оскільки «це означало б заперечення тих тісних політичних і культурних взаємозв'язків, які реально існують між різними народами і внаслідок яких відбувається лексичне проникнення» [23, с. 9].

Проблеми впливу екстралінгвальних факторів на внутрішню систему мови завжди були в центрі уваги мовознавців. Майже ніхто з лінгвістів не заперечував той факт, що політична історія, пов'язана із завоюваннями, колонізацією, міграцією, мовною політикою, розвитком виробництва, матеріальної та духовної культури, суттєво впливає на мову. Ці фактори визначають особливості розвитку літературної мови, її взаємодію з іншими мовами, внаслідок чого з'являються запозичення [21, с. 131].

Однак, на думку Ф. де Соссюра, позамовні фактори не впливають на внутрішню систему мови: «... було б помилкою стверджувати, що без них не можна пізнати внутрішній організм мови» [72, с. 60]. Більш того, мовознавець стверджує, що «немає ніякої необхідності знати умови, в яких розвивалася та чи інша мова» [72, с. 61]. З цим твердженням аж ніяк не можна погодитись, оскільки мову та її розвиток слід вивчати у взаємозв'язку з суспільством, яке її створило і постійно на неї впливає.

Не слід також нехтувати фактом взаємодії будь-якої мови з іншими мовами. У свій час Г. Шухардт підкреслював відсутність принципової різниці між природним процесом розвитку мови і тим, що викликаний взаємодією мов: «... процеси, викликані змішуванням у прямому розумінні цього слова, по суті ідентичні з численними і дуже важливими процесами, що відбуваються в мові незалежно від змішування» [87, с. 177].

Л.Щерба у своєму дослідженні зазначає ще одну потребу вдавання до використання іншомовної лексики – це прагнення задовольнити комунікативні потреби: «Коли ми хочемо передати свою думку точно, ми часто буваємо дуже задоволені, якщо можемо вжити іншомовне слово, яке точно відповідає тому, що ми хочемо сказати» [88, с.170].

О. Штурнак, виокремлює наступні наслідки взаємодії мов:

1) калькування;

- 2) запозичення лексики і фразеології, синтаксичних конструкцій;
- 3) засвоєння артикуляційних особливостей іншої мови;
- 4) зміну наголосу;
- 5) зміни у граматичній будові мови;
- 6) зміни у словотворі;
- 7) розпад однієї мови на декілька самостійних мов;
- 8) злиття кількох мов в одну;
- 9) повне витіснення одних мов іншими;
- 10) утворення жаргонів, суржику;
- 11) створення гібридних, змішаних мов [86, с.127].

Аналізуючи реалії мовної взаємодії, ми поділяємо думку І.О.Бодуен де Куртене, який доходить висновку, що немає і не може бути жодного чистого, незмішаного мовного цілого: «...змішування є початком усякого життя, як фізичного, так і психічного». При цьому дослідник зауважує, що під час зіткнення та взаємного впливу мов перемога найчастіше залишається за тією мовою, в якій більше простоти й визначеності [7, с. 363].

1.2 Явище «запозичення» як головний чинник збагачення мови

Процес запозичення слів притаманний усім мовам світу. Він є важливою ознакою їхнього розвитку і життєздатності. На сьогодні лексика сучасних мов за своїм походженням неоднорідна. Ш. Баллі свого часу зауважував, що запозичення завжди були нормальною функцією лінгвального життя [3, с. 348].

З огляду на це явище запозичення постійно перебувають під пильною увагою українських та закордонних дослідників. У різний час цьому явищу присвятили свої праці Л. Архипенко [2], Я. Битківська [6], Ю. Жлуктенко [23; 24; 25; 26], А. Іваницька [27], І. Каминін [29], Є. Карпіловська [31], Л. Кислюк [32;33], Н. Клименко [34], Ю. Малахова [48], О. Муромцева [51],

І. Обухова [54], Н. Попова [59; 60], С. Семчинський [66], В. Сімонок [70], О. Стишов [73], С. Федорець [179], Л. Чурсіна [84] та багато інших.

Починаючи з XVIII – XIX ст., питання чистоти мови, або необхідності чи доцільності запозичення є одним з головних, пов'язаних із запозиченнями, яке ставилось не лише вченими, а й провідними суспільними діячами. Огляд цього питання був своєрідною реакцією на потік запозичень, що розпочався ще у XVII ст. і практично не знижував своєї інтенсивності до кінця XIX ст. З наукової точки зору, питання чистоти мови починають вивчати лише на межі XIX – XX ст., і ця проблема фігурує у працях таких дослідників як Р. Брандт, Є. Карський, О. Соболевський, М. Фасмер.

Загальна теорія запозичення починає формуватися наприкінці XIX ст. На запозичення як на суттєвий фактор функціонування різноманітних мовних явищ одними з перших звертають увагу молодогораматика. Уже в ранніх роботах представників цього напрямку визначається місце запозичень у складній картині соціально-економічних, політичних, культурно-історичних та мовних контактів між народами (Г. Пауль, Г. Шухардт).

За словами Л. Гребіник, дослідження запозичень на початку XX ст. має переважно генетико-хронологічний характер: встановлюється мова-джерело, час, умови та причини запозичення (І.І. Огієнко, М.О. Смирнов, В. Христіані). Поступово вчені переходять від дослідження розрізнених фактів до вивчення теоретичних питань: визначення термінології, встановлення типів іншомовної лексики та особливостей її засвоєння в мові-реципієнті [15, с. 192].

Як відзначає Л. Гребіник, перші класифікації базуються переважно на характері асиміляції запозичень: запропонований А. Шлейхером поділ на іншомовні слова і запозичення був також підтриманий радянськими лінгвістами (Я. Грот, О.Реформатський) і закріпився у традиційному мовознавстві.

Не залишається поза увагою вчених і питання екстра- та інтралінгвальних причин запозичення (І.О. Бодуен де Куртене, В.Жирмунський, А. Мейє, Е. Ріхтер та ін.) [15, с. 192].

Значно розширюється коло проблем дослідження запозичень у ХХ ст.: інтереси вчених цього періоду зосереджені здебільшого на вивченні мовних контактів і білінгвізму (У. Вайнрайх, А. Мартине, Л. Щерба), проте запозичення розглядаються і в руслі проблем соціолінгвістики (друга половина ХХ ст.), вивчаються механізми адаптації іншомовних одиниць у системі мови-реципієнта.

Починаючи з середини ХХ ст., вчені більш детально розглядають проблеми адаптації запозичень не лише з позицій фонетичного й морфологічного пристосування до норм мови-реципієнта, а й з огляду на їх семантичне засвоєння, словотворчу й функціональну активність у мові-реципієнті (В. Арістова, В. Дем'янов, Л. Єфремов, Т.Кассіна, Л. Крисін, А. Лайко, В.Скачкова та ін.). У цілому, методологія усіх згаданих вище робіт орієнтована на структурно-семантичну парадигму, яка панувала в мовознавстві протягом ХХ ст.

У нашій роботі ми поділяємо думку Л. Гребіник, яка підкреслила той факт, що на сучасному етапі розвитку лінгвістики вивчення запозичень поповнюється не лише новою тематикою, а й новими методиками дослідження. Звернення до фактів позамовного характеру дозволяє перейти від номенклатури запозичених одиниць до їх розгляду в умовах певної комунікативної ситуації. Так, у роботах останніх років запозичення вивчаються в дискурсі з комунікативно-прагматичних позицій (Г. Дружин, А. Рицарєва) [15, с. 194].

Серед головних аспектів дослідницької виділяє вивчення запозичень виділяються історико-хронологічний, лінгвокультурологічний та структурно-семантичний.

Історико-хронологічний аспект передбачає вивчення етимології запозичень, шляхів проникнення іншомовних одиниць у мову-реципієнт, а, відповідно, й встановлення генетичних та історичних джерел. У зазначеному аспекті залучаються факти позамовного характеру, які стосуються мовних контактів і розглядаються як основна передумова запозичення. Не менш важливим питанням є час запозичення, при встановленні якого дослідники

користуються переважно письмовими джерелами: для періоду XVIII – XIX ст. це пам'ятки писемності, перекладна література та притекстові словники, у наш час іншомовні інновації фіксують публіцистичні джерела, художня література та Інтернет-видання [15, с. 195].

У лінгвокультурологічному аспекті запозичення вивчаються з позицій їх впливу на мовну картину світу. У процесі запозичення відбувається переструктуризація картини світу або засобів її відображення, на що вказує у своїх працях Б.Серебренников. Не менш важливе значення має і проблема еквівалентності мовних одиниць, яка передбачає врахування поряд з семантикою слова статус самого предмета чи поняття, покладених в основу найменування, в кожній з контактуючих мов (С. Тер-Мінасова) [15, с. 195].

Структурно-семантичний аспект передбачає аналіз процесу запозичення на всіх рівнях мовної ієрархії. На цьому підході базується виділення таких явищ, як лексичне, фонетичне, морфемне, семантичне, синтаксичне запозичення (Л.Крисін), а також диференціація вказаних елементів на первинні (здатні до самостійного переміщення) та вторинні (не здатні до такого переміщення). Розглядаються процеси асиміляції запозичень у системі мови-реципієнта. Учені погоджуються з тим, що такі процеси протікають нерівномірно на всіх рівнях мовної ієрархії, виділяючи формальні й функціональні, обов'язкові й факультативні ознаки асиміляції (Т. Амірова, Л. Крисін), а також визначаючи етапи процесу засвоєння та ступені адаптації запозичень (В. Арістова, Л. Архипенко, М. Майоров) [15, с. 195].

Взагалі, запозичення в різних мовах по-різному впливають на збагачення словникового запасу. В певних мовах вони не мали такого впливу, який міг би істотно відобразитися на словниковому запасі мови. В інших мовах у різні історичні епохи вони мали такий істотний вплив, що навіть службові слова, як наприклад, займенники, прийменники, запозичені з інших мов, витісняли питомі слова. Оскільки процес запозичення є властивим для кожної мови, ця тема завжди розглядалася як важлива і актуальна.

Жива мова – це явище, яке постійно змінюється та розвивається: приходять щось нове, зникає непотрібне, зайве. Відтак, для учених, що працюють в галузі лексикології, залишається багато питань, які потребують розгляду.

Загальна картина осмислення й інтерпретації категорії запозичення в сучасному мовознавстві порушує кілька аспектів, зокрема: з'ясування суті поняття «запозичення», виявлення типів запозичень як у лексиці мови загалом, так і у фаховій мови зокрема, а також класифікаційного опису запозичених одиниць.

Так, за словами О.Ткаченко, термін «запозичення» прийнято визначати як «звук, морфему, слово або його окреме значення, фразеологізм, синтаксичну конструкцію, перенесені з однієї мови в іншу, а також сам процес подібного перенесення» [79, с. 194].

М. Кочерган указував, що «запозичення – активний процес. ... мова, яка запозичує слова, переробляє їх, перебудовує, підпорядковуючи своїм внутрішнім закономірностям» [40, с. 232].

К. Войтенко, зокрема, переконує, що терміном «запозичення» позначають як мовний процес запозичення, так і результати цього процесу: тобто запозичення це і акт, в результаті якого одна мова засвоює елемент іншої мови, і сам запозичений елемент [11, с. 1].

Деякі вчені розуміють термін «запозичення» у широкому сенсі. Так, наприклад американський дескриптивіст Л. Блумфілд вкладає в це поняття і засвоєння різних елементів чужих мов, і явища, які перейшли в дану мову з діалектів цієї ж мови, і навіть перехід мовних навичок, який відбувається в процесі спілкування між носіями однієї мови. За межі цього поняття не виходять і явища наслідування дітьми манери мовлення дорослих. Широко трактується цей термін і в працях Г. Пауля [57].

Розкриваючи поняття запозичення з погляду його структурного складу, Л. Крисін називає запозиченням «процес переміщення різних елементів з однієї мови в іншу» [43, с. 18]. Під різними елементами при цьому він розуміє одиниці різних рівнів структури мови – морфології, лексики,

синтаксису. Відповідно до цього автор вважає необхідним обмежувати термін «запозичення» в тих випадках, коли йдеться про переміщення елементів одного рівня, наприклад, «лексичне запозичення».

У грецьких лінгвістів знаходимо такі спостереження щодо поняття «запозичення»:

Г. Хаджидакіс зазначає, що це явище, «невіддільне від усієї людської мови, оскільки мова є суспільним продуктом і засобом спілкування» [95, с. 103].

Х. Хараламбакіс зазначає, що запозичення передбачає контакт між носіями двох мов і виникає як неминучий і природний наслідок [94, с. 83].

За словами А. Анастасіаді-Симеоніді, «запозичення належить до більш широкого явища зміни мови, що закладено у саму природу мови. Зокрема, явище запозичення визначається як «мовна зміна, що пояснюється впливом іншої мовної системи» [91, с. 17].

Отже, численні дослідження українських і зарубіжних мовознавців засвідчують, що єдиного загальноприйнятого визначення поняття «запозичення» в мовознавстві немає. Визначення, які були розглянуті нами, багато в чому збігаються, але висвітлюють різні аспекти цього явища.

1.3 Шляхи потрапляння запозичень з різних мов у новогрецьку

У сучасному наукознавстві лінгвістичне осмислення процесу розвитку мови, а також розробка відповідного термінологічного апарату відбувається з різних позицій. Мова не є стабільною навіть на десятирічному часовому відрізку [89, с. 30].

Стосовно грецької мови, ми можемо виділити декілька періодів її розвитку:

Перший – доісторичний етап. Це період, який починається з індоєвропейської доісторії та сягає 6 століття до н.е., включаючи Гомера з його творами на давньогрецькій мові, що датується 8 століттям до нашої ери і дає нам повне уявлення про давньогрецьку лексику. Частина архаїчної лексики успадкована з доісторичної мови, яку мовознавці називають індоєвропейською, з якої походять грецька, латинська, індійська, перська, вірменська, слов'янська мови, але також англійська, німецька, голландська. Сюди входять такі слова як: *πατήρ, μήτηρ, φράτηρ* «*αδελφός*», *θυγάτηρ, υἱός, ἀνήρ* «*άντρας*», *γυνή* «*γυναίκα*», *οἶκος, δόμος* «*σπίτι*», *πόλις, θύρα, ἔδομαι* «*τρώω*», *πίνω, ἄλς* «*αλάτι*», *μέλι, ἄγρός, βοῦς* «*βόδι*», *αἶξ* «*κατσίκα*», *οἶς* «*πρόβατο*», *ῥς* «*γουρούνι*», *ἵππος, δρῦς* «*βαλανιδιά*», *φύομαι* «*φυτρώνω*», *ἀρόω* «*ορυώνω*», *σπείρω* «*σπέρνω*», *ἀμέλω* «*αρμέλω*», *ὕφαίνω* та інші.

Другий період в історії грецької лексики називають класичним. Попередня архаїчна епоха дала у спадок велику частину свого словникового запасу. З іншого боку, і згадані народи, і молоді народи, які виходять на перший план, істотно впливають на грецьку історію, суспільство і, отже, мову: фригійці, лідійці, єгиптяни, фінікійці. Одним із тих, хто матиме тривалий вплив, є перси, з якими греки будуть постійно контактувати, починаючи від війни з VI до IV століття, а після – в часи співіснування, коли Перська імперія буде повалена Олександром Великим та землі персів перейдуть під грецьке правління. Контакт двох мов призводить до входження до грецького словника таких слів як: *μάγος* – мовою персів це ім'я племені, *σατράπης, παρασάγγης* – «одиниця вимірювання довжини». Семітські мови, такі як єгипетська, фінікійська, іврит, також вносять свій внесок у давньогрецьку лексику, наприклад: *ἄρραβών, περιστερά, φαραώ*.

Третій період – це перехід від класичної до елліністичної та греко-римської епохи, позначається величезним поширенням еллінізму з завоюваннями Олександра Македонського. Одним із наслідків цього періоду – це поступове зникнення давніх говірок та їх лексичних особливостей.

У період, який називається греко-римським, багато запозичень з латини, що пов'язані з адміністративно-військовою лексикою, переходять у

грецьку мову, наприклад: *άσπρος, βούλα, κάπα, κάρβουνο, κουκούλα, κούπα, λουρί, μανίκι, μαντίλι, πανέρι, πανί, πόρτα, σέλα, σκάλα, σκούπα, σουβλα, τρούλος* – ці слова латинського походження зберігаються і донині.

Четвертий період називається середньовічним. 330 р. вважається поворотним моментом в історії грецької нації. Заснування Константинополя та перенесення до нього столиці Римської держави мали значні наслідки для еллінізму. Тривала боротьба між латиною та грецькою мовою за першість закінчиться на користь грецької. Візантійська імперія – це значною мірою еллінізована, але насамперед багатонаціональна імперія. Найбільший взаємний вплив відбувається зі слов'янами. Вони вступають у мовний контакт із грекомовними візантійцями та обмінюються лексичним матеріалом з ними. Такі слова, як *ασβός, βάλτος, κοτέτσι, κουνάβι, μουντός, ντόμπρος, ρούχο, σανός* є лексикою слов'янського походження і входять до грецької мови протягом тривалого періоду співіснування двох народів, як у Візантійській, так і в Османській імперіях.

Наступною віхою в історії грецької мови є період османського поневолення. Вплив на грецьку мову пропорційний довготривалому контакту з турецьким народом, маючи багатозапозичень, таких як *αμανές, γιαρμάς, γιαχνί, γλέντι, καβγάς, κανταΐφι, κεφτές, μπакλαβάς*. Насправді слова, що посилаються на позиції Османської імперії, в адміністративному та військовому відношенні, такі як *αγάς, ασκέρι, βεζίρης, βιλαέτι, γενίτσαρος, κατής, πασάς* видають владу турків над греками.

Останній етап – це сучасна грецька мова. Він починається приблизно з заснування сучасної грецької держави, у 1830 році, і триває донині. Цей етап нерозривно пов'язано з грецьким мовним питанням, адже у цей час грецька мова, яка протягом останніх 400 років задовольняла щоденні потреби її носіїв, постала перед великим викликом. Тепер вона мала функціонувати як державна мова, знаходити виражальні ресурси, щоб стати мовою адміністрації, законодавства, армії, освіти, а також нової науки, що активно розвиваються в Європі ще з часів Просвітництва. Грецька мова мала бути на одному рівні з іншими європейськими мовами, французькою, англійською,

італійською, німецькою, іспанською та російською. З цих причин їй знадобився новий словниковий матеріал. Тому запозичення було необхідне, тільки воно було відмінним від того, що ми бачили досі. І це тому, що зараз, протягом усього цього періоду часу, грецька мова має два типи запозичень: повсякденні та літературні.

Повсякденне запозичення нічим не відрізняється від того, що ми описали в попередні періоди. Це є результатом фізичного, усного контакту носіїв грецької мови з носіями іноземної мови. Мови, з яких греки черпають лексичний матеріал в цей час, – це переважно французька, італійська та англійська мови. Наприклад з французької: *αγκράφα* < *фран. agrafe*, *βουλκανιζατέρ* < *фран. vulcanisateur*, *μπουζί* < *фран. Bougie*; з італійської: *γυρλάντα* < *італ. ghirlanda*, *γρανίτα* < *італ. granita*, *καριέρα* < *італ. carriera*, *μπαστόνι* < *італ. bastone*, *μπισκότο* < *італ. biscotto*, *ντομάτα* < *італ. tomato*; і, особливо після Другої світової війни, з англійської: *άουτ* < *англ. out*, *γκάγκστερ* < *англ. gangster*, *ματς* < *англ. match*, *μπαρ* < *англ. bar*, *μπίζνες* < *англ. business*, *ντίσκο* < *англ. disco*, *пάρкинг* < *англ. parking*. Останні десятиліття стрімко зростає запозичення словника з англійської мови. Наприклад, розвиток комп'ютерних технологій призвів до масових англійських запозичень у цій галузі, наприклад. *інтернет*, *тсип*, *мпáйт*, *γκουγκлάρω*. Головна відмінність іншомовних літературних слів від повсякдених полягає в тому, що вони знайомлять населення з мовою освічених, які знають їх за допомогою письмових текстів. Вони належать до різних категорій.

Перша категорія – це прямі запозичення, які за формою написання трохи відрізняються від повсякдених, наприклад. з англійської: *άλμπατρος* < *англ. albatros*, *ανακόντα* < *англ. anaconda*, *αουτςάιντερ* < *англ. outsider*, *βίντεο* < *англ. video*, *γκολφ* < *англ. golf*, *γουέστερν* < *англ. western*, *μπόουлинг* < *англ. bowling*;

з французької: *αμπαζούρ* < *фран. abat-jour*, *απεριτίφ* < *фран. apéritif*, *βομβαρδίζω* < *фран. bombardier*, *βοξίτης* < *фран. bauxite*, *γάντι* < *фран. gant*, *ζέβρα* < *фран. zèbre*, *ζενίθ* < *фран. zénith*, *ιμπεριαλισμός* < *фран. impérialisme*, *μπεζ* < *фран. beige*, *μπετόν* < *фран. béton*, *ντουζ* < *фран. douge*.

Запозичення другої категорії мають особливості, які роблять факт запозичення невидимим. Іншими словами, ми маємо слова, які належать до філософської, наукової, технологічної, технічної лексики, наприклад, в медицині, фізиці, астрономії, електротехніці тощо, які створюють враження, що вони грецького походження, але насправді це запозичення з сучасних іноземних мов, але в яких ці слова склалися на основі давньогрецьких елементів. З цих мов, переважно французької та англійської, вони перейшли до сучасної грецької, наприклад: *ζωολογία* < *фран. zoologie*, *ηλεκτροθεραπεία* < *фран. éléctrothérapie*, *θερμοδυναμική* < *фран. thermodynamique*, *καρδιολογία* < *фран. cardiologie*, *τηλέφωνο* < *англ. telephone*, *раδιόφωνο* < *англ. radiophone*.

Остання категорія запозичень цього періоду – запозичення з давньогрецької мови, до яких також звернулися грецькі філологи, щоб задовольнити лексичні потреби сучасної грецької мови. Такі слова, як *αέτωμα*, *αίθριος*, *αντηχώ*, *άπταιστος*, *έσχατος*, *ευημερώ*, *ηγήτης*, *ιδρύω*, *ίχνος*, *μιούμαι*, *νέμω*, *νήπιο*, *οδός*, *ομοεθνής*, *πυθμένας*, *ράκος*, *ρέω*, *σπινθήρας* – це запозичення з давньої мови, оскільки ці слова не використовувалися постійно носіями грецької мови з найдавніших часів до сьогодні, але в якийсь момент історії грецької мови вони були забуті і відроджені в сучасності, під впливом мови вчених, які їх запровадили. Фактично, під час цього процесу сучасна грецька запозичила цілі фрази, приміром, з гомерівського епосу : «*αιέν αριστεύειν, έπεα πτερόεντα, εις οιωνός άριστος, αμύνεσθαι περί πάτρης, κύκνειον άσμα, γνώθι σαυτόν, μολών λαβέ, καινά δαιμόνια, στήλη άλατος, άρον άρον, από μηχανής θεός*».

На сьогодні, мода, міжкультурні контакти, засоби масової інформації та багато інших факторів сприяють входженню до новогрецької мови низки іноземних слів, переважно англіцизмів, які широко використовуються в ній. Досить перерахувати деякі з них, щоб усвідомити, що не тільки греки, а й ми самі їх часто використовуємо, не замислюючись про їхнє іноземне походження: *φαστ φουντ* (англ.), *πικάп* (фран.), *κομπιούτερ* (англ.), *ντόνατ(ς)* (англ.), *σινεμά* (фран.), *μπάσκετ* (англ.), *βόλεϊ* (англ.), *пάρти* (англ.), *ασανσέρ*(фран.), *μπλε* (фран.), *μοβ* (фран.), *σοφέρ*(фран.), *τρόλεϊ* (англ.),

ντοκιμαντέρ (фран.), *κάλτσα* (італ.), тощо. Як бачимо, частіше вживаються англо-американські слова, потім французькі та італійські. Більше значення має не стільки безліч іноземних слів, скільки спосіб їх інтеграції в грецьку мову і, перш за все, їх графічне оформлення в контексті грецьких текстів.

Василіос Мегаянніс, даючи короткий огляд того, як час від часу грецьке наукове співтовариство вирішувало вищезгадану проблему, дійшов наступного висновку: «...З метою обмеження серйозних труднощів, які народжує історична орфографія грецької мови, вже з минулого століття, але головним чином з тих пір, як почало встановлюватись і систематично поширюватись використання димотики початковою школою, починаючи з першої «Граматика новогрецької мови» М. Тріандафілідіса (1941), було запропоновано переписати іноземні слова грецькою мовою (димотикою) [93, с. 407]: «наприклад: *τσιρότο* замість *τσιρώτο*, *ακουμπώ* замість *ακκουμπω*, *ξίγυι* замість *ξίγγυι*, *πίτα* замість *πίττα*, *καβγάς* замість *καυγάς*, *Σλάβος* замість *Σλαύος* тощо». Сенс цього спрощення правопису полягає в тому, що носій грецької мови мав би ще більші труднощі в написанні, якби писав історично, тобто етимологічно і виходячи з мови, з якої вони походять. Пишучи іноземні слова їх історичним правописом, треба писати, як це робилося в минулому: *καρρώ* (фран. *carreau*), *σωφφέρ* (фран. *chauffeur*), *κοπυράιτ* (англ. *copyright*), *τερραίν* (фран. *terrain*), *γκωλ* (англ. *goal*), *γιοτ* (англ. *yaucht*), *τρόλλεϋ* (англ. *trolley bus*), *ρεστωράν* (фран. *restaurant*), *ταμπλώ* (фран. *tableau*), *τραίνο* (фран. *train*), *σαιζ-λόγκ* (фран. *chaise longue*), *κομμουνισμός* (фран. *communisme*), *портраίτο* (англ. *portrait*), *πλέν μπόν* (англ. *play boy*), *ντοкуμανταίρ* (фран. *documentaire*), *κυλόττα* (фран. *culotte*), *χωλλ* (англ. *hall*), *φέρρυ-μπωτ* (англ. *ferry boat*), *σαντιγύ* (фран. *chantilly*), *τροκ* (фран. *truc*) тощо.

Отже, форма, яку кожна мова приймає протягом своєї історії – це цілком природно і, як ми бачимо, переплітається з історією її носіїв. Мова адаптується до їх потреб, яким судилося служити, слідує за їхніми статками, супроводжує їх існування. І саме в лексиці мови відображаються всі ситуації, в яких живуть ці люди, історичні події, що їх визначають. Зміни в політичній системі призводить до зміни лексики, прийняття нової релігії спричиняє

зміни в мовних засобах, за допомогою яких виражаються релігійні настрої, нові відкриття науки чи техніки негайно породжують нові поняття – і нові слова. А поширення народу, завоювання нових територій, мирні контакти з сусіднім народом дають можливість людям обмінюватися предметами, ситуаціями, ідеями – та, як наслідок, словами, з іншими людьми.

1.3.1 Основні мотиви запозичення іншомовних лексичних одиниць

Запозичення є цілком нормальним процесом, оскільки, коли контактують дві мови, природним є те, що одна мова може черпати інформацію з іншої. Поява величезної кількості запозичень у мовах - одна з найважливіших тенденцій минулого століття. Найголовніший фактор для появи запозичень, який відіграє дуже важливу роль, є відносини між двома народами та суспільно-політичні умови.

Розглядаючи загальні проблеми, пов'язані із запозиченням слів, дослідники зазвичай намагаються з'ясувати причини появи лексичних запозичень та шляхи їх проникнення у мову-реципієнт. Наявність запозичень з багатьох мов свідчать про різнобічні міжнародні зв'язки даного народу. Однак у процесі міжнародних стосунків запозичуються не усі слова, які необхідні для опису того, з чим зустрілися представники одного народу, які вивчали життя іншого народу. Для вивчення багатьох понять у мові-реципієнті вже є готові слова і тому тут використовуються внутрішні резерви мови-реципієнта.

Причини запозичення, як правило, поділяють на зовнішні (екстралінгвістичні) та внутрішні (лінгвістичні). До екстралінгвістичних причин, на думку В.Аристової, можна віднести історичні контакти народів та наявність певного роду двомовності, необхідність номінації нових предметів та явищ, новаторство націй у певній сфері діяльності. Крім того, сюди можна

віднести розповсюдження моди на іноземні слова та економію мовних засобів. Цю групу причин за змістом можна поділити на соціальні, технологічні та прагматичні [1, с.10].

До лінгвістичних причин дослідниця відносить необхідність заповнити певні ланки у лексичній системі мови, необхідність семантично точніше висловити за допомогою запозичення багатозначне поняття мови-реципієнта, тенденцію до усунення омонімії та полісемії, тенденцію поповнення експресивних засобів мови [1, с.11].

Ю. Жлуктенко до причин запозичення додає ще декілька:

- потребу позначити явище у вигляді посилання на певну ситуацію;
- звичку використовувати іншомовне слово, оскільки у контекстах іншої мови позначення даного поняття зустрічається рідко;
- вплив мовного середовища (іншомовне слово було почуте чи прочитане нещодавно і тому «першим прийшло в голову»);
- частотність вживання слова (слова, що частіше вживаються, легше переносяться в іншу мову) [23, с.135].

Необхідність запозичення часто обумовлена «інтелектуальним станом нації, яка усвідомлює необхідність у номінації явища, предмета, абстрактного поняття» [9, с. 3].

Важливим аспектом мовного контактування, яке сприяє активізації лексичного запозичення, можна вважати також взаємодію літературних мов. Крім того, через ряд причин (культурних, економічних, політичних) не усі мови одночасно «перебувають на одному рівні стильової диференціації та наукового інтелектуалізму» [9, с. 3]. Звідси й неминучість запозичення.

Як бачимо, існує багато причин для запозичення лексичних одиниць. Однак до тепер досить важко виявити яка з цих причин є головною.

На нашу думку, основною та вирішальною причиною запозичення слів з однієї мови в іншу є необхідність отримати потрібні засоби для позначення нових предметів та понять і удосконалити рідну мову як засіб спілкування та обміну думками. Крім того, іншомовні слова запозичуються і тоді, коли у

мові-реципієнті вже є свої слова для позначення нових понять. У даному випадку іншомовне слово запозичується тому, що воно яскравіше та краще виражає певний відтінок значення слова.

Протягом останніх десятиліть найбільшу кількість запозичених лексем складають терміни. Причини запозичення термінів теж можна поділити на зовнішні та внутрішні, однак вони мають свою специфіку, яка впливає зі специфічного характеру терміна як слова, що обслуговує певну природничу або гуманітарну галузь знань.

Під екстралінгвістичними причинами запозичення термінів Ф.Циткіна розуміє запозичення терміна разом з поняттям, що уперше окреслене у мові-джерелі, зростання інтернаціональності науки та знання спеціалістами іноземних мов [83, с 21].

С. Гриньов виокремив шість позамовних чинників, а саме:

- 1) культурний вплив одного народу на інший;
- 2) наявність усних або письмових контактів країн із різними мовами;
- 3) підвищення інтересу до вивчення тієї чи тієї мови;
- 4) авторитетність мови-джерела;
- 5) історично зумовлене захоплення певних соціальних прошарків культурною іншою країною;
- 6) стан мовної культури соціальних прошарків, які переймають нове слово [17, с. 112].

О. Пономарів зазначає, що входженню іншомовної лексики до складу різних мов сприяють п'ять чинників, серед яких:

- 1) історичні міжнародні контакти та білінгвізм;
- 2) новаторство нації в певних сферах діяльності;
- 3) мода на іншомовні запозичення;
- 4) авторитетність мови-джерела, пов'язана з політичним авторитетом держави;
- 5) упровадження організаційних та законодавчих заходів, що стосуються мовної політики [58, с. 6].

М. Брейтер, у свою чергу, виокремив чотири екстралінгвальні

чинники входження запозичень. Це передусім:

- 1) відсутність відповідного поняття в когнітивній базі мови-рецептора;
- 2) відсутність належного найменування в мові-рецепторі;
- 3) забезпечення стилістичного (емфатичного) ефекту;
- 4) вираження позитивних чи негативних конотацій, яких не має еквівалентна одиниця в мові-рецепторі [8, с. 50 – 63].

Мовознавці А. Олійник [55], О. Селіванова [65], О. Стишов [73] називають три основні позамовні чинники. А. Олійник, зокрема, указує такі позамовні чинники:

- 1) запозичення терміна разом із поняттям, семантичний обсяг якого уперше було окреслено в мові-донорі;
- 2) зростання інтернаціоналізації характеру науки, глобалізація світового інтелектуального ринку та вдосконалення вмінь і навичок фахівців-перекладачів;
- 3) прагнення учасників мовного контакту до взаємного пристосування та спрощення мовних систем, що призводить до інтенсифікації процесів запозичення у взаємодіючих мовах [55, с. 7].

О. Селіванова зазначає, що «чинниками запозичення є мовні контакти народів на базі політичної, економічної, культурної, наукової взаємодії, формування мовних союзів одного регіону, процеси глобалізації, війни, розширення систем масової комунікації тощо» [65, с. 174].

На думку О. Стишова, «серед позамовних причин, що сприяють появі запозичень, істотну роль відіграють мода і лінгвальні та естетичні смаки» [73, с. 243].

Водночас дослідниця невідмінюваних запозичених імен В. Фурса з-поміж позамовних чинників, що зумовлюють входження і функціонування чужомовізмів в українській мові, виокремлює такі дві екстралінгвальні причини:

- 1) економічні, політичні та культурні контакти між народами,

зумовлені близькістю географічного розташування, потребами спільного розв'язання деяких питань, науковим і культурним обміном, навчальні програми, спортивні змагання, культурно-мистецьке співробітництво;

2) соціально-психологічні чинники, мода, лінгвальні та естетичні смаки [81, с. 9].

Проте О. Стишов слушно зазначає, що надмірна увага до екстралінгвальних чинників, яка панує в лінгвістиці останніх років, не завжди буває виправданою. За словами науковця, «мова змінюється не тільки й не стільки під впливом позамовних чинників, скільки завдяки внутрішньомовним потребам, тому що в системі мови, як і в природі й суспільстві, діє один з основних законів діалектики: єдність і боротьба протилежностей» [73, с. 20].

Серед власне лінгвістичних причин запозичення термінів дослідниця називає такі: семантична завантаженість слів рідної мови; полегшене сприйняття запозичення завдяки наявності у його складі інтернаціональних елементів; лаконізм запозичених термінів; добре виражена здатність до термінотворення у сполученні з елементами рідної мови; «символічний» характер термінів-запозичень (їх частини сприймаються менш виразно, тому що вони ширші та цілісніші за значенням) [83, с.36].

Л. Крисін визначив вісім мовних чинників запозичень, а саме:

- 1) потреба у називанні (нової речі, нового явища);
- 2) потреба в уточненні, реалізації відповідного поняття;
- 3) необхідність розмежувати змістовно близькі, але все ж таки різні поняття;
- 4) необхідність спеціалізації понять у тій чи тій сферах, з тією чи іншою метою;
- 5) евфемістичні заміни;
- 6) тенденція до заміни словосполучень і описових зворотів однослівними найменуваннями;

7) закріплення у мові запозичень, які можна об'єднати у лексичний ряд, базуючись на їх загальному значенні й повторюваності будь-якого загального структурного елемента;

8) наявність у мові, що запозичує, усталених систем термінів, які обслуговують ту чи іншу тематичну галузь, професійне середовище [43, с. 146].

На думку С. Гриньова, варто виокремити такі сім чинників:

1) відсутність у рідній мові еквівалентного слова для нового предмета чи поняття;

2) тенденція використання одного запозиченого слова замість описового звороту;

3) прагнення до посилення й збереження комунікативної чіткості лексичних одиниць, що виявляється в усуненні полісемії чи омонімії в мові, яка запозичує;

4) потреба в деталізації відповідного значення, розмежування деяких його значеннєвих відтінків шляхом приєднання до різних слів;

5) тенденція до експресивності, що зумовлює появу іншомовних стилістичних синонімів;

6) відсутність у рідній мові можливості утворення похідних від вихідного слова, яке є в цій мові, у той час як від запозичених синонімів вони можливі;

7) нагромадження в мові, що запозичує, однотипних слів, у яких намічається вичленовування одного зі схожих елементів, у такий спосіб запозичується морфема і словотвірні елементи [17, с. 112].

Н. Попова вказує на шість чинників запозичення чужомовної лексики, які належать до внутрішньомовних:

1) відсутність відповідників для найменування важливих нових понять, запозичених з іноземної дійсності;

2) привабливість коротких, а отже, економних з погляду мовленнєвих зусиль, здебільшого інтернаціональних англійських назв, застосування яких

відповідає загальній тенденції до універсалізації та інтернаціоналізації словникового складу, характерних для розвитку сучасних мов;

3) прагнення уникнути полісемії й омонімії, а також диференціювати концепти близьких понять, надавши кожному окрему назву;

4) тенденція в лексиці до відповідності неподільності позначуваного і експонента;

5) наявність словотвірного, граматичного та лексико-семантичного потенціалу для входження та функціонування запозичуваного слова в мові;

6) функціонування у мові запозичених раніше структурно однотипних слів [60, с. 20].

Мовознавці І. Юрковський [90], В. Фурса [81], А. Олійник [55] та К. Демченко [19] виокремлюють чотири інтралінгвальних чинники.

Так, І. Юрковський з-поміж інтралінгвальних чинників називає такі:

1. відсутність відповідних еквівалентів в мові для найменування нових понять,
2. важливість для мови-запозичувача іншомовних слів, пов'язаних з необхідністю номінації нових явищ;
3. прагнення до ліквідації полісемії й омонімії в термінології, потреба уточнити й деталізувати відповідне поняття, диференціювати семантичні відтінки, закріпивши їх за різними словами;
4. функціонування в приймаючій мові запозичених раніше структурно однотипних слів; потенційні можливості іншомовних слів, що сприяють безболісному входженню їх до лексико-граматичної системи приймаючої мови (словотворча активність, здібність до словозмін тощо) [90, с. 5].

В. Фурса суто мовними чинниками входження чужомовної лексики вважає:

- 1) потребу в поповненні, а то й створенні якоїсь нової лексико-семантичної групи;

- 2) необхідність у семантичному обмеженні питомого слова, усуненні його багатозначності;
- 3) вищий ступінь термінологічної визначеності запозичуваного слова, який склався в мові-джерелі порівняно з наявним у мові-реципієнті;
- 4) розширення засобів номінації [81, с. 9].

На думку А. Олійника, з-поміж мовних чинників запозичень найголовнішими є:

- 1) семантична завантаженість слів мови-реципієнта;
- 2) адекватне сприйняття запозичень з англійської мови завдяки інтернаціональним мовним елементам, які мають тривалу традицію використання в рамках певної мови;
- 3) стислість і «технічність» (вузькопрофільна орієнтованість) характеру запозичених термінів;
- 4) наявність в мові-донорі продуктивних формальних засобів, здатних до використання в мові-реципієнті в поєднанні з автохтонними елементами [55, с. 7].

На переконання К. Демченко, домінуючими інтралінгвальними чинниками запозичення чужомовних слів на початку ХХІ століття є:

- 1) недостатня кількість у мові певних лексико-семантичних груп, наприклад, на позначення фінансової, економічної та політичної лексики тощо;
- 2) «номінативна безвихідь». Залучення іншомовної лексеми для заміни описового звороту на позначення якоїсь реалії чи предмета одним словом;
- 3) тенденція до заміни двочленного найменування одночленим;
- 4) потреба в семантичному обмеженні вже наявної в мові лексеми, уникнення полісемії [19, с. 171 – 172].

Поділяючи думку Ю. Шевельова (Шереха) з приводу того, що напрям запозичень часто визначається культурною перевагою (рівнем цивілізаційного й інтелектуального розвитку) народу – здебільшого запозичує менш культурний народ від культурнішого, – й ця культурна

перевага може охоплювати собою всі галузі життя народу або лише поодинокі царини його [85, с. 36], погоджуємося з тим, що «потік запозичень залежить не тільки від рівня культури, а й:

- 1) від економічних і політичних важелів впливу;
- 2) від міграційних процесів, поширення світової моди та ін.» [74, с. 243].

Внутрішні та зовнішні чинники різні за природою, силою впливу та інтенсивністю вияву. У кожен окремий момент розвитку мови на неї діють різні процеси, які залежать як від особливостей формування й функціонування лексико-семантичної системи, так і від соціально-історичної ситуації, потреб і смаків мовців [25, с. 21 – 22].

Потрібно сказати також про шляхи проникнення запозичень у лексичну систему мови-реципієнта. Як правило, виділяють два шляхи: усний та письмовий. Усний шлях – це безпосередній контакт між представниками різних народів, він відбувається на рівні мовлення. Письмове запозичення відбувається через офіційні документи, листи, мемуари, щоденники, філософські трактати та переклади, виступи, художні твори.

Крім того, на сучасному етапі з'явилися нові шляхи проникнення запозичень у систему мови-реципієнта. Вони багато в чому залежать як від характеру мов, з яких запозичуються слова-назви, так і від характеру слів-назв.

У наш час, за слушним зауваженням О.Суперанської, переважають безпосередні запозичення міжнародного порядку, коли слово з мови-джерела безпосередньо (без участі мови-посередника) запозичується в декілька мов. При цьому переважають письмові запозичення, оскільки «при наявності літературних мов і літератур будь-яке запозичення дуже швидко отримує письмову фіксацію» [75, с.36].

Найчастіше запозичення робиться паралельно в усній та письмовій формах, рідше усне запозичення передуює письмовій фіксації. Не останню роль у популяризації запозичень (особливо термінологічного характеру) відіграють науково-технічні періодичні видання. Але найбільша кількість

нових запозичень (у тому числі й англійського походження) з'являється уперше на сторінках газет та журналів, інтернет-сайтів тощо. Вони охоплюють різні сторони життя, включаючи у себе різноманітний матеріал. Мова газетних та журнальних статей, інтернет-джерел, як правило, загальнонародна, призначена для широкого кола читачів. В них можна зустріти англо-американізм різноманітної тематики: спортивні, музичні, науково-технічні, економічні, політичні.

У зв'язку з викладеним вище, робимо висновок, що цей спосіб популяризації запозичень є дуже важливим. Активізація інформаційно-комунікативних процесів та бурхливе кількісне зростання термінів у різних галузях знань призвели до певного «термінологічного вибуху». Запозичення з інших мов відіграють важливу роль в інтернаціоналізації науково-технічної лексики. Згідно з деякими підрахунками вага запозичень в окремих терміносистемах національних мов може складати 70-80%. Запозичені терміни приходять у національну термінологію як готові мовні одиниці з інших мов разом з поняттями та реаліями, найменуваннями яких вони є.

Головною ж причиною закріплення термінів у мові-реципієнті є такі: пріоритет мови, на базі якої сформувалось нове поняття, певні лінгвістичні переваги запозичення (однослівність найменування, словотворча потенція тощо) [9, с.31].

Деякі лінгвісти вбачають, що запозичення мають негативні наслідки у мові, що приймає.

А.-Ф. Христидіс наголошує на тому, що мова-реципієнт не «псується» – вона змінюється. Запозичення – це лише форма мовних змін. Вони слугують певним потребам, і процес запозичення відбувається саме з цієї причини. Крім того, іншомовна лексика адаптується до нової «мовної батьківщини» та стає її частиною [96, с. 31].

Лексика всіх мов значною мірою є продуктом запозичень. Наприклад у давньогрецькій мові велика кількість слів пов'язана зі світом рослин та тварин (κυλάρισσος, κυλάρισσι, πέρκη, πέρκα) походить із загублених «догрецьких мов», на яких говорило населення, яке жило в цей частині

Середземномор'я до поселення греків. За словами А.-Ф. Христидіса, самі греки запозичили значну частину словникового запасу флори (рослин) і фауни (тварин), щоб дати назву аспектам свого нового середземноморського середовища.

У зв'язку з цим, на думку А.-Ф. Христидіса запозичення не «псувають» мову-реципієнта, а навпаки, це певним чином збагачує її.

Однак, А.-Ф. Христидіс розвиває дискусійну думку, говорячи, що не було б краще замість того, щоб сказати *μπαρ*, вживати грецьке слово *κυλικείο* (що походить від давньогрецького слова *κύλιξ*, що означає кухлю, з якої пили вино), а замість того, щоб говорити *πάρτι*, сказати *συμπόσιο*, *συνεστίαση*. Проте це питання залишається відкритим, допоки більшість мовознавців не погодяться з тим, що використовуючи слова інших мов, грецька – «псується» або «знищується» [96, с. 35].

Однак використання іноземних слів, не завжди є доречним, а в деяких випадках навпаки має негативні наслідки.

Наприклад слово *fax* - це запозичення з англійської мови. Деякі філологи наполягають на тому, щоб ця лексема відтворювалась грецькою мовою як *τηλεομοιότυπο*. Однак, цей варіант перекладу не прижився, в першу чергу через те, що слово є занадто великим (7 складів). Таким чином, лексема *fax* переважає, продовжує адаптацію до структури грецької мови [96, с. 31].

А.-Ф. Христидіс аналізує також інший приклад. Слово *καβυάς* – це запозичене слово з турецької мови. Це слово використовується в грецькій мові, хоча існують слова грецького походження з подібним значенням: *διαμάχη*, *φιλονικία*, але вони використовуються в більш «формальних» обставинах, не для повсякденних усних потреб. Використовуються вони в книжному стилі, тому що походять з кафаревуси, або книжної мови. Це мовний різновид, що до 1976 р. був офіційною мовою Греції і намагався наслідувати давньогрецьку мову. Саме тому, слова, які не належать до повсякденної, звичної лексики, не можуть замінити варваризми, які, хоч і не є грецького походження, проте навпаки, належать до повсякденної, звичної лексики і мають безпосередність щоденного вживання [96, с. 56].

Таким чином, турецького походження слово *καβγάς* все ще живе в повсякденній лексиці, тоді як слова грецького походження *διαμάχη, φιλονικία* лишаються на периферії мовного вжитку.

Що стосується причин появи англомовної лексики у новогрецькій мові, то, вважається, що англійська мова сьогодні є основним джерелом збагачення лексико-семантичної системи для багатьох мов світу. Цей процес не оминув й грецьку мову.

Це можна пояснити кількома чинниками: по-перше, англомовні країни досягли величезних успіхів в економіці та поступово почали впливати на весь світ, причому не лише на держави третього світу, що розвиваються, але й на розвинені країни Західної Європи, Китай та Японію. Тому саме англійська мова стала джерелом термінології з економіки, інформаційних технологій, науки, техніки, медицини, спорту тощо.

По-друге, англійська мова поступово перетворилася на мову всесвітнього спілкування.

По-третє, Британія, як відомо, була свого часу однією з найбільших імперій, що мала колонії в усіх частинах світу, тому в багатьох колишніх колоніях англійська мова й дотепер є державною (Індія, Австралія, Уганда, Ямайка, Зімбабве тощо).

По-четверте, у багатьох галузях знань найбільший внесок впродовж ХХ століття зробили саме вчені англомовних країн.

Нині перед новогрецькими мовознавцями постала низка проблем, пов'язаних з функціонуванням нового гетерогенного за походженням мовного матеріалу.

По-перше, виникла потреба збільшити реєстр словника грецької мови за рахунок лексичних запозичень, надавши їм відповідне орфографічне оформлення. Гостро стоїть проблема унормування правопису запозичень (які слова писати в лапках, де подвоювати приголосні тощо).

По-друге, слід встановити чіткі критерії зарахування запозичень до складу мови. Зокрема, за частотою вживання іншомовного слова, наявністю в розмовному мовленні, у творах сучасних грецьких письменників (за

винятком представників мас-культури), за ідіомо-творчим потенціалом тощо. Зрозуміло, слід насамперед перевірити, чи є відповідник в новогрецькій мові - у спадщині класиків грецької літератури, у живому народному мовленні, які витримали випробування часом, у фразеологічних словниках, у творах сучасних авторів.

По-третє, є потреба фіксувати контексти, у яких вживаються запозичення з англійської мови (зокрема розмовні ситуації), визначити засади етимологічної ідентифікації (з якої чи через яку мову запозичено), врахування культурного та країнознавчого компонента. При написанні відповідних лексикографічних праць слід зважити на випадки зіткнення мовної традиції та практики.

Отже, процес запозичення слів притаманний усім мовам світу. Він є важливою ознакою їхнього розвитку і життєздатності. На сьогодні лексика сучасних мов за своїм походженням неоднорідна. Ш. Баллі свого часу зауважував, що запозичення завжди були нормальною функцією лінгвального життя [3, с. 348]. Процес входження запозичень до будь-якої мови, здебільшого пов'язаний зі сферою економіки, політики, культури, науки, виробництва та зумовлений складним комплексом екстра- та інтралінгвальних чинників.

Проаналізувавши основні причини появи більшості варваризмів у новогрецькій публіцистиці виявили, що переважна кількість туркізми (варваризми що похять з турецької мови) з'явилась, внаслідок турецького завоювання та тривалого співіснування греків з турками; галіцизми французьких варваризмів, переважно після Французької революції та для задоволення деяких потреб у спілкуванні; англіцизми та американізми англо-американських варваризмів внаслідок існування колоній на деяких територіях Греції, пізніше завдяки масовому розповсюдженню англійської мови, і як наслідок, імпорту наукових, культурних та ідеологічних термінів. Щодо спільних причин запозичення, виокремлюємо наступні:

1. Потреба номінації нових предметів, процесів та понять.
2. Існування історичних зв'язків між різними народами.

3. Прагнення до економії мовних засобів.
4. Тенденція до усунення полісемії та омонімії.
5. Наявність певних типів двомовності.
6. Розповсюдження моди на іноземні слова.
7. Потреба евфемістичних замінів та замінів слів, що важко вимовляються.
8. Культурна перевага якої-небудь нації у певній сфері діяльності.

1.4 Етапи адаптації запозичених лексем

Проблема доцільності запозичення та використання іншомовної лексики завжди посідала і посідає важливе місце у лінгвістичних дослідженнях. у мовознавстві останніх років це питання віддзеркалено в роботах Б.Ажнюка, В.Арістової, Л. Архипенко, Н. Ашиток, О. Біржакової, Я.Голдованського, С. Гриценко, Л. Єфремова, О. Мороховського, І. Кочан, М. Кочергана, Л. Крисіна, С.Семчинського, О. Лисенко, О. Муромцевої, О. Пономаріва, Г. Сергєєвої, В. Сімонок, О. Степанюк, О. Стишова та ін., у яких були створені передумови для розуміння процесу адаптації іншомовних слів на семантичному рівні за законами мови-реципієнта.

Питання адаптації лексичних запозичень є основним при дослідженні іншомовної лексики, адже долю запозиченого слова визначає система мови мови-реципієнта. Його специфіка полягає в тому, що слово запозичується не як повне, закінчене, графічно оформлене, а лише як більш-менш безформний уривок лексичного матеріалу, що набуває нового оформлення лише в системі й за допомогою засобів мови-реципієнта [69, с. 235].

Передусім лінгвісти поряд із терміном «освоєння» послуговуються терміном «адаптація» (Л. Архипенко [2], К. Єрьоміна [22], О. Муромцева [51], О. Саакян [64], С. Семчинський [66], О. Стишов [74] та ін.), який визначають як пристосування запозиченого слова до фонетичної і граматичної структури мови-реципієнта (К. Єрьоміна [22],

С. Семчинський[66] та ін.), здатність чужомовної лексеми вступати в синонімічні ряди, створювати антонімічні пари, виявляти словотвірну активність та семантичне освоєння (О. Муромцева [51], Є. Сенько [67] та ін.), при цьому «повного пристосування в результаті адаптації не відбувається» [53, с. 8].

У нашій праці розуміємо термін «адаптація» як поетапний, багаторівневий мовний процес, який характеризується «освоєнням іншомовної лексики системою мови-реципієнта на всіх її рівнях (фонетичному, морфологічному, семантичному, словотвірному)» [54, с. 6].

У роботі використовуватимемо поняття «адаптація» та «освоєння» як синоніми.

Досліджуючи процеси запозичення, науковці зіткнулися з питанням визначення етапів освоєння та укорінення чужомовної лексики в системі мови-реципієнта та використанням термінологічної бази.

Л. Крисін висуває низку ознак, які свідчать про входження іншомовного слова в систему мови-реципієнта:

- 1) передавання іншомовного слова фонетичними і графічними засобами мови-реципієнта;
- 2) співвіднесеність слова з граматичними класами і категоріями мови-реципієнта;
- 3) фонетичне засвоєння іншомовного слова;
- 4) його граматичне освоєння;
- 5) словотвірна активність слова;
- 6) семантичне засвоєння іншомовного слова: чіткість значення, диференціація значень і їх відтінків між словами, наявними в мові, і запозичуваним словом;
- 7) регулярний мовний вжиток: для терміна – стійкий вжиток у тій термінологічній галузі, яка його запозичила, наявність визначених парадигматичних відношень з термінами цього термінологічного поля [43, с. 35].

Дослідниця І. Коробова має контроверсійну думку. У авторефераті вона розглядає чотири етапи освоєння новітніх запозичень в мові [39, с. 34-39]:

- 1) входження;
- 2) адаптації;
- 3) укорінення;
- 4) повного освоєння.

Для кожного етапу освоєння новітніх запозичень мовою характерним є певний ступінь засвоєності.

1. На етапі входження новітні чужомовні лексеми ще відтворюються переважно мовою донора, хоча написання деяких із них можливе літерами мови-реципієнта, тобто виявлено варіантність та неузгодженість у графічному зображенні. Подекуди трапляється пояснення в дужках для кращого розуміння значення запозиченого слова. Характерна втрата стилістичних відтінків чужомовних лексем, які вони мали в мові-джерелі; не чітко окреслені межі семантичного обсягу, а отже, ускладнюється розуміння значення слова. Починається оформлення категорії роду, усуваються чужомовні основи. У зв'язку з переходом запозичених слів з однієї частини мови до іншої у структурі запозичення спостерігаємо зміни. Синтаксичні зв'язки відсутні. Слово сприймається носіями мови як чужомовний елемент рідної мови.
2. На етапі адаптації спостерігаємо написання запозичених слів здебільшого літерами мови-реципієнта, тобто відбувається перехід. Запозичені лексеми ще не зафіксовані словниками. Чужомовні слова пристосовуються до орфографічних та орфоепічних норм мови.
 - Початковий етап адаптації – момент і процес запозичення. Характеризується вибором способу запозичення: транслітерація, транскрипція. Цьому етапу властиве графічне переоформлення іншомовного слова, перехід від латиниці до кирилиці.

- Поглиблений етап адаптації – функціонування та використання у мовленні. Характеризується хаотичним, безсистемним накопиченням запозичень (утилізацією). На цьому етапі виявляються парадигматичні зв'язки: полісемія, синонімія, антонімія.
 - Етап повної адаптації – лексикографічна обробка, регламентація. На цьому етапі відбувається селекція, визначення понять, співвідношення з граматичними категоріями мови-реципієнта. Використання термінів після лексикографічної фіксації з урахуванням норм мови-реципієнта й термінологічної кодифікації за державними стандартами. Неможна стверджувати, що всі терміни проходять усі етапи адаптації у суворій послідовності. Про це свідчать типи адаптації, які перехрещуються, доповнюють один одного, прискорюють процес засвоєння запозиченої лексики.
3. На етапі укорінення новітні запозичення фіксують словники іншомовних слів та орфографічні словники мови. Написання новітніх запозичень відбувається за орфографічними нормами і правилами мови-реципієнта. Унормовується стабілізація наголосу; фонетичні характеристики новітніх запозичених слів наближені до фонетичної системи мови. Для цього етапу характерним є перерозподіл значень новітніх запозичень, а саме: звуження, розширення, дерогація або збереження значення слова. Слова набувають нових оцінно-експресивних конотацій. На морфологічному рівні спостерігається відсутність ознак чужомовності. На цьому етапі починається процес утворення похідних, у тому числі складних слів (комполітів та юкстаполітів), на основі новітніх запозичень. Закріплюються синтаксичні зв'язки новітньої чужомовної лексики на ґрунті мови реципієнта. Починається активне використання новітніх запозичених слів в мові-реципієнта.
 4. Етап повного освоєння – це найвища стадія освоєння новітніх запозичень, для якої характерне те, що новітні запозичення вступають в активні

словотворчі процеси, утворюючи похідні одиниці та словотвірні гнізда. Вони повністю пристосовуються до орфографічних норм. Деяким із них властива висока частота вживання. Унаслідок активного поєднання з питомими словами мови утворюються слова-гібриди. Похідні одиниці, мотивовані запозиченнями, фіксують нові словники мови. Лексеми набувають нового значення (прямого або переносного), формується семантична точність. Чужомовні лексеми фіксують нові тлумачні та орфографічні словники даної мови.

Аналізуючи наукові праці, варто звернути увагу на те, що інші лінгвісти (В. Аристова[1], Л. Архипенко [2], Л. Кислюк [43], І. Каминін [29], Я. Голдованський [14], Ю. Жлуктенко [25], О. Лисенко [46], О. Саакян [64] та ін.) виокремлюють три етапи адаптації запозичень. Мовознавці називають ці етапи неоднаково, проте, всі вони пов'язують перший етап функціонування чужомовної лексики в мові-реципієнта з етапом входження (проникнення), коли слово співвідноситься з дійсністю країни-джерела. Досить часто трапляється написання цього запозичення латиницею або запозичена лексема відтворюється внаслідок транслітерації мовою донора.

Другий етап – це освоєння. На цьому етапі запозичена лексема втрачає ознаки незвичності та пристосовується до всіх систем мови, яка запозичує.

Третій етап – етап укорінення, на якому запозичена лексична одиниця широко використовується в мові-реципієнті. Мовці, носії мови, яка приймає запозичення, вже не відчують його чужорідного характеру. Таке запозичення кодифікують словники мови-реципієнта.

О. Лисенко також виокремлює три етапи адаптації чужомовної лексики. До них належать: освоєння, власне освоєння, укорінення. На етапі освоєння, переконає дослідниця, відбувається формування нової морфемної структури слова, здійснюється перекваліфікація іншомовних морфів. На етапі власне освоєння іншомовні лексеми переважно зазнають ускладнення морфемної будови і демонструють регресивний напрямок цього процесу. Етап укорінення (повного освоєння) характеризується включенням запозичень у

системні мотиваційні стосунки на синхронному зрізі з іншими словами мови-джерела [46, с. 96].

О. Саакян також описує три етапи процесу адаптації, при цьому зазначає, що на початковому етапі чужомовна лексика співвідноситься з дійсністю країни-джерела. Другий етап є власне запозиченням з поширеною сферою вживання чужомовного слова в мові. На третьому етапі запозичене слово підпорядковується нормам іншої мови, семантичним та стилістичним змінам. Початковий етап має також назву етап «входження запозичень», другий і третій етапи об'єднують в етап «розвитку запозичень» [14, с. 117 – 118].

Ю. Жлуктенко стверджує, що загальний процес взаємодії мов складається з:

1) початкового етапу – застосування лексичної одиниці однієї мови в контекстах іншої – стадії переходу;

2) другого етапу – сприйняття копії запозичення іншомовної лексеми іншою системою як постійного, хоча й гетерогенного елемента та здійснюється його багатократне застосування – стадія входження;

3) останнього етапу, на якому чужомовна лексична одиниця глибоко засвоюється, мовці приймаючої мови не відчують її чужорідного характеру. Цей етап він називає стадією інтеграції [24, с. 132 – 133].

Я. Голдованський окреслив такі послідовні етапи лексичного засвоєння чужомовного слова: етап інновацій або первісного вступу в мову-рецептор; віртуальний етап, коли словом користується відносна меншість носіїв мови-рецептора; етап неологічного слововживання, коли лексема вживається відносною більшістю носіїв мови-рецептора [14, с. 8 – 9].

Як зазначає Г. Сергєєва, «...процес освоєння лексичних одиниць – багатоаспектне явище...», ознаками якого можуть бути: формальні, тобто пристосування запозичень до системи мови-одержувача з максимальним зближенням їхньої фонетичної, графічної та граматичної характеристики; функціональні, до яких відносяться різні аспекти лексико-семантичних змін і словотворчої активності запозичень у мові-реципієнті [68, с. 9].

Отже, запозичення, пристосовуючись до системи мови-реципієнта, проходить складний і тривалий шлях адаптації. Л. Єфремов керувався такою класифікацією ознак асимільованості іншомовного слова: регулярне вживання і перехід запозичених слів від покоління до покоління; семантичне освоєння, яке включає в себе набуття нових значень при збереженні первісних, зміна значень, переносне вживання слів; участь запозичених слів у процесі словотворення; подальше фонетичне уподібнення власним словам; ліквідація варіантів вимови і різнобою у граматичному оформленні; витіснення запозиченим словом інших слів [22, с. 18]. Ознаки процесу освоєння лексичних одиниць чужомовного походження можуть бути формальними (фонетичне, графічне та граматичне пристосування) та функціональними (лексико-семантичні зміни) [25, с. 56].

Л. Кислюк також поділяє процес освоєння на три етапи. Початковим рівнем, – переконує дослідниця, – є «входження або проникнення чужомовного слова у лексичний склад мови-реципієнта. Для етапу входження характерні транслітерація – написання, що свідчить про письмовий шлях запозичення, нестійкість, варіантність вимови й написання запозиченого слова, що свідчить про його фонетичне освоєння та схильність до прийняття тенденцій орфографії й орфоєпії мови-реципієнта» [33, с. 34]. Наступним вона вважає етап адаптації, який характеризується зростанням рівня морфемної подільності запозиченої основи та пристосуванням слова до граматичних норм мови-реципієнта.

Показником вищого рівня освоєння іншомовних слів системою мови, що засвоює, є, на думку дослідниці, участь їх у словотвірних процесах, тобто, здатність до утворення дериватів і словотвірних гнізд від запозичень за законами мови-реципієнта, інакше кажучи, через словотвірний потенціал запозичень [33, с. 34 – 35].

Досліджуючи ступені та критерії адаптації, І. Каминін виокремив декілька критеріїв освоєння чужомовної лексики:

Першу стадію він називає «використання» або «проникнення», коли запозичене слово з'являється тільки епізодично, зберігає іншомовне

написання і співвідноситься тільки з дійсністю мови-джерела. На цій стадії не може бути єдиних правил правопису.

Другу стадію він номінує як «запозичення». У цьому разі запозичене слово сприймається як постійний, хоч і гетерогенний (більша або менша невідповідність звуковим та граматичним законам) елемент системи приймаючої мови, стабілізується його форма, розширюється сфера вжитку стосовно системи приймаючої мови (в цей період найбільш сильним виявляється семантичний вплив мови-джерела на запозичене слово). Запозичений елемент ще довго зберігає іншомовні ознаки, але, незважаючи на це, сприймається відповідним до власної лексико-семантичної системи.

На третьому етапі, який І. Камінін кваліфікую як «інтеграцію», запозичене слово настільки сильно вростає в лексико-семантичну систему приймаючої мови, що вже не сприймається мовцями як іноземне, слово повністю підпорядковується законам мови, що запозичує [29, с. 32 – 33].

Заслуговує на увагу думка Л. Архипенко, яка запропонувала поділ всього процесу запозичення на дві фази: перша – це входження і друга – це освоєння. Вони пов'язані з трьома етапами адаптації слів іншомовного походження (початковим, поглибленим і етапом повної адаптації) [2, с. 4 – 5].

Стосовно типів адаптації І. Коробова виокремлює:

1. Графемно-орфографічний. Способи трансформування і транслітерації часто співіснують, застосовуються до одних і тих же слів, що ускладнює пошук їх значень у словниках (backwardation – беквордейшн, беквардейшн). Уже в момент проникнення слово має читатися, вимовлятися, бути «внутрішньо озвученим».
2. Орфоепічний тип виявив, що вимова написаних слів здійснюється відповідно до правил рідної мови. У сфері акцентуації відзначено, що терміни запозичуються в мову з наголосом мови-донора. Наголос мови-джерела, як правило, залишається й у похідних словах.
3. Семантична адаптація виявляється в тому, що термін запозичується в мову із значенням мови-джерела. В англійській мові переважна більшість

термінів багатозначна, отже, у мові-рецепторі ці терміни також розвивають полісемію.

4. Словотвірна адаптація тісно пов'язана з аналізом морфемного складу запозиченого терміна. Морфемний аналіз запозичених термінів дозволив виявити кореневі зв'язки між запозиченими словами.
5. Граматична адаптація полягає у визначенні роду, числа і типу відмінювання запозиченого терміна. Граматична адаптація відбувається за характером відповідності флексій запозиченого терміна закінченням іменників мови [39, с 34-39].

О. Біржакова в процесі адаптації запозиченої лексики виокремлює кілька етапів. Це фонетично-графічне освоєння; фонетичне; граматичне; виявлення словотворчої активності іншомовних елементів та семантичне освоєння [5, 105].

О. Муромцева аналізує такі етапи засвоєння іншомовної лексики: фонетична адаптація; морфологічна; семантична [51, 37].

Отже, запозичення, пристосовуючись до системи мови, проходить складний і тривалий шлях адаптації, процес освоєння. Ми розглядаємо його як поетапне пристосування новітніх запозичень до мовної системи мови-реципієнта.

Проведений аналіз теоретичних здобутків мовознавців у царині дослідження етапів адаптації чужомовної лексики в мові-реципієнті свідчить про те, що переважна кількість дослідників виокремлює три головні етапи засвоєння іншомовної лексики, але чіткої межі між етапами адаптації чужомовної лексики в мові-реципієнті немає.

Тому, погоджуючись із думкою Г. Казаряна, вважаємо, що пристосування й укорінення запозиченого слова загалом і семантичне й словотвірне освоєння його зокрема становить собою єдиний динамічний процес [28, с. 14].

1.4 Варваризми як вид запозичень

При розгляді питання про вживання іншомовних слів однією із найскладніших проблем завжди було розмежування понять, які позначають даний вид лексики. У лінгвістиці для цього використовують різні терміни: іншомовні вкраплення, запозичення, іноземні слова, варваризми, інтернаціоналізми тощо. Найбільш поширеним терміном для позначення слів, які прийшли в мову з інших мов, є термін запозичення. Здебільшого ним позначають як мовний процес запозичення, так і результати цього процесу: тобто запозичення це і акт, у результаті якого одна мова засвоює елемент іншої мови, і сам запозичений елемент.

Як було зазначено раніше, в умовах мовних контактів одним з найпоширеніших видів лексичних інновацій є перенесення лексичного матеріалу з однієї мови в іншу – запозичення іншомовних лексем [26, с. 107].

У мовознавстві існує загальна класифікація запозичення, за якою вони поділяються на внутрішні (коли мова запозичує елементи, що належать самій мові), і на зовнішні (коли мова запозичує слова з іншої мови).

Одна з двох підкатегорій зовнішніх запозичень – це непрямі запозичення. Непрямими є семантичні запозичення, тобто запозичення лише змісту слова (наприклад, *καλύπτω (δημοσιογραφικά ένα γεγονός) > cover (англ.)*) та запозичення перекладу, де нове слово створюється відповідно до його перекладу (*τερματοφύλακας > goalkeeper (англ.)*) Іншими видами запозичень є інтернаціональні (наприклад, *τεχνολογία, τηλέφωνο*) та зворотні запозичення (*αντιδάνεια*) (*καναπές <canapé (фран.) < compeit (лат..) <κωνωπέιον (дав.грец.)*).

Друга категорія – прямі запозичення, де мова-реципієнт запозичує лексичні одиниці, граматичні морфєми та суфікси у мови-донора [97, с. 40].

Ю. Жлуктенко здійснив загальну класифікацію запозичень, яку часто використовували й деталізували наступні покоління мовознавців; виокремлює запозичені слова (серед них окреме місце посідають

інтернаціоналізми), екзотичну лексику й іншомовні вкраплення, тобто варваризми; і нарешті визначає найстабільніші групи лексики, які мають чіткі межі й зазвичай не змінюють свого статусу з часом [26, с. 43].

Д. Лотте пропонує кілька класифікацій запозичень:

- 1) за семантичними особливостями (за відповідністю запозичуваного терміна позначуваному поняттю, за кількістю значень, за збереженням чи зміною значень терміна-прототипа в запозичуваному терміні);
- 2) за наявністю синонімів (за кількістю термінів для одного поняття, за порівняльним застосуванням термінів-синонімів);
- 3) за способом запозичення;
- 4) за ознакою міжнародності терміна;
- 5) за походженням [47, с. 29–37].

У такий спосіб автор прагне бути послідовним, застосовуючи в кожній класифікації один критерій до всього матеріалу. Але це породжує цілу низку систематизацій, у кожній із яких та сама одиниця опиняється в різних місцях. Сучасні класифікації запозичень є синтетичними, тобто такими, що враховують одразу кілька критеріїв, але неоднакових для всіх одиниць. Наприклад, для інтернаціоналізму й варваризму важливою є форма, для кальки ще й зміст, для екзотизму – частота вжитку, про що йтиметься далі.

Залежно від ступеня адаптації розрізняють варваризми, вкраплення, екзотизми, інтернаціоналізми та кальки.

Дамо визначення кожного з видів іншомовних слів.

Інтернаціоналізми (від лат. *inter* – «між» і *patio* – «народ», «нація») – це слова або вислови, що належить до спільного етимологічного фонду мов, близьких за походженням або історичною належністю до певної зони. Вони становлять важливе джерело спільної лексики та фразеології, особливо термінів. Інтернаціоналізми виникли у великих об'єднаннях мов світу, що утворили п'ять основних зон: європейську (латино- грецьку за мовною основою), ізраїльську (гебрайську), близько- й середньо-східну (арабо- перську), індійську (санскритську, індо- арійську), поза-російську

далекосхідну (китайську). До проміжної зони належали мови колишнього СРСР, де інтернаціоналізми виникали або з російської мови або за її посередництвом [79, с. 225].

Інтернаціоналізми рідко бувають стовідсотковими, так як у ряді мов для них часто створюються не запозичення, а кальки.

Калька (фр. *calque* - «копія») – вид мовного запозичення, утворення нового фразеологізму, слова або нового значення слова через буквальний переклад відповідного іншомовного елемента.

Уперше термін «калька» (від фр. *calque* - «копія, наслідування») був ужитий на початку ХХ ст. французьким лінгвістом Ш. Баллі, який розумів під ним «слова й вислови, утворені автоматично через механічний переклад, за зразком». Проте далі, думки вчених щодо статусу кальок розходяться. За характером своїх словотвірних компонентів кальки нічим не відрізняються від самостійних мовних утворень певної мови і сприймаються її носіями як звичайні слова рідної мови. Вони заповнюють словникові прогалини, зберігаючи при цьому загальну структуру, граматичні категорії, орфоепічні норми мови-реципієнта. Р. Будагов, О. Ахманова вважали кальку видом запозичення [13, с 9].

Протилежної думки дотримувався Л. Єфремов. На прикладах він доводив, що ні за способом виникнення, ні в плані вираження, ні щодо об'єкта калькування лексичні кальки не можуть бути запозиченими словами [22, с 18-22].

Інша група мовознавців (О. Реформатський, Е. Ахундзянов, В. Поржезинський) відштовхувалися від праці Ш. Баллі, ототожнюючи калькування з перекладом. Специфіка калькування як способу словотворення полягає в тому, що формальні і смислові відносини між дериватами еквівалентні. Починається калькування з аналізу, тобто розщеплення слова на складові елементи, але паралельно з цим відбувається і синтез словотвірних одиниць у новій єдності. Тож калькування не є процесом механічним, а вибіркоким і творчим [16, с. 115–116].

Щодо однослівних кальок, Клименко Н.Ф. відзначає, що вони поділяються на словотвірні і семантичні, утворені завдяки семантичному перенесенню за іншомовним зразком. Неоднослівні кальки формуються на основі словосполучень і складних слів. Окрему групу становлять напівкальки – проміжний тип між запозиченнями і кальками, що поєднують у собі особливості перших і других. При цьому одна частина слова запозичується матеріально, а інша калькується, наприклад: телебачення (від грец. «далеко» і лат. «бачення») [34, с. 245].

Отже, калькування належить до недостатньо вивчених аспектів сучасної лінгвістики. Досі немає єдності в поглядах на саму природу калькування, не визначено місця кальок у словниковому складі мови.

Екзотизми (від грец. *εξώτικος* – чужий, іноземний) – слова, запозичені до якоїсь мови з інших мов на позначення реалій життя іншого народу чи країни: назви житла, страв, напоїв, явищ культури тощо. Наприклад, в українській мові це *корида*, *тореро* (з життя іспанців), *кімоно*, *сакура* (з життя японців). І навпаки, у багатьох мовах світу існують українські екзотизми: *бандура*, *бори*, *галушки*, *гопак*, *кобзар* та ін. Екзотизми найчастіше використовують у художній літературі, щоб надати твору певного колориту.

Що стосується термінів – «вкраплення» та «варваризми», вони використовуються для номінації незасвоєних мовою запозичень, вони стосуються різних стадій їх асиміляції. Існують різні визначення цих термінів.

Вкраплення, за Селівановою, – це слова у звуковому або графічному вигляді донорської мови [65, с. 174]. Зауважимо, що вкраплення доводять важливість розрізнення сфер функціонування іншомовних інновацій. Так, у художньому або публіцистичному текстах такі одиниці вживаються здебільшого з експресивно-оцінним значенням. У професійних текстах, як правило, у такій незмінній формі подають ще мало вживані запозичені терміни або професіоналізми з метою точно означити важливі для цієї сфери поняття, зокрема для збереження знайомої читачам-фахівцям власної назви,

яка усуває будь-які можливі двозначності в трактуванні предмета обговорення [36, с. 19 – 20]. Здебільшого вкраплення в тексті вирізняють за допомогою додаткових графічних засобів: лапок, шрифту, великих літер, підкреслення [36, с. 20].

Варваризми (від грец. barbaros – чужоземець) – слово або елемент слова (напр., суфікс, префікс.), зворот або синтаксична конструкція, які запозичені з чужої мови, але не вкорінені в мові-реципієнті, а тому сприймаються як незвичні, як порушення мовних норм [12, с. 1].

«Варваризм – на думку К.Ленця, – це іншомовне або створене за іншомовним зразком слово чи зворот, що зберігають структурні ознаки чужих мов, по-різному пристосовуючись до фонетики, морфології мови» [44, с. 62].

Варваризми, на думку С.Гриньова, не називають іноземних реалій, мають відповідності в мові, що приймає і легко можуть бути перекладені, але це недоцільно [17, с. 167].

О. Медведєва також дотримується тієї думки, що варваризми не називають іншомовних реалій, мають відповідники в мові-реципієнті та легко можуть бути «перекладені» шляхом заміни своїми відповідниками [49, с. 147].

За О. Селівановою – варваризм – це «іншомовне слово або вираз, ще не засвоєні мовою, яка запозичує, через труднощі граматичного засвоєння (наприклад, незмінність для флективних мов, невідповідність нормам реципієнтної мови)» [65, с. 58].

На противагу думці С. Гриньова та О. Медведєвої, О. Селіванова наполягає, що варваризми використовуються для опису звичаїв, побуту, реалій життя іншого народу, для передачі мовлення чужоземців» [65, с. 58].

Отже, серед лінгвістів немає єдиної думки щодо сутності поняття «варваризм». Перші називають варваризмами слова і вирази, що засвоєні мовою (Л.Крисін, О.Реформатський, Калінін, Н.Шанський, М.Фоміна, Н.Брагіна, Е.Кузнєцова, І.Голуб, В.Колесов); другі називають варваризмами

ті слова, які ще не закріпилися в мові (Д. Шмельов); а треті, які ще не ввійшли в мову (Л. Касаткин).

Вони виділяють такі ознаки неадаптованості варваризмів:

- відсутні в словниках (В.Калінін, І.Голуб, Л. Рахманова);
- передаються не тільки мовою-реципієнта, а й іншомовною графікою (О.Реформатський, Л.Крисін, В.Калінін, Н.Шанський, М.Фоміна, Л. Рахманова і В. Суздальцева, В. Колесов);
- передаються тільки графікою мови донора (Н. Арапова, Л. Баш);
- вживання лише окремими групами мовців (Д. Шмельов);
- оказіональне вживання (Л.Крисін, І.Голуб);
- знаходяться на стилістичній периферії мови (В. Гак).

На думку І. Мозової, ознаками варваризмів є:

- 1) незасвоєність (графічна, граматична);
- 2) позасистемність;
- 3) іншомовна графіка;
- 4) семантична несамостійність;
- 5) відсутність у словниках;
- 6) низька частотність вживання [50, с. 145–146].

Т.Новікова розглядає термін «варваризм» як універсальний, проте неоднозначний у номінації іншомовних одиниць. Вона пропонує наступне визначення поняття: варваризми – це іншомовні одиниці будь-якої функціонально-стилістичної спрямованості, які в адаптаційному плані вийшли за межі іншомовних вкраплень (показник – використання не лише білінгвами, а й монолінгвами), проте ще не увійшли в систему мови, не стали її повноправними членами (показник – не зафіксовані в нормативно академічних словниках) [53, с. 58]. Цієї ж думки дотримується І. Мозова, зазначаючи, що важливою особливістю варваризмів є те, що вони не засвоєні мовою-реципієнтом, часто мають іншомовне написання, хоча іноді можуть передаватися, наприклад в українській мові, кирилицею, що не змінює їх характер, та не зафіксовані у словниках [50, с. 5]. Проте, як наголошує

І. Мозова, на стадії варваризму починається поступове освоєння фонетичного, графічного, граматичного та семантичного планів слова, і саме на цьому етапі слово фіксується в неологічних словниках і довідниках, а також в словниках іншомовних слів [50, с. 5].

Для раціонального розмежування термінів *варваризм* і *іншомовне вкраплення* Т. Новікова пропонує розглянути, перш за все, співвідношення даних термінів з відповідними групами запозиченої лексики. За спостереженнями дослідниці, терміни «іншомовне вкраплення» і «варваризм» не мають сталого співвіднесення з будь-якою запозиченою лексичною групою. У використанні термінів «іншомовне вкраплення» і «варваризм» переважним є адаптаційний план. [53, с. 48-50].

У зв'язку з викладеним вище, слід протиставляти терміни «вкраплення» і «варваризм» за критерієм освоєності.

Проте, існують і такі визначення, які не можна вважати правильними. Іноді варваризмами називають лише ті слова, що трапляються у писемному мовленні в чужомовній графічній передачі, а вкрапленнями – слова, що передаються як оригінальною графікою, так і графікою мови-реципієнта.

З вищесказаного є підстави вважати, що комплексного дослідження варваризмів та іншомовних вкраплень в мові, що приймає, поки що немає. Загалом їх вивчення є складним процесом, оскільки постійно запозичуються нові слова, а вже запозичені стають частинами okazіоналізмів, розширюють своє значення тощо.

Згідно з цим, робимо висновок, що до іншомовних вкраплень варто зараховувати не лише повні, тобто вставлені в текст без змін, лексичні одиниці, а й часткові - такі, що певним чином асимільовані мовою, а також контаміновані вкраплення. Графічна незасвоєність лексичної одиниці також дає підстави зараховувати її до іншомовних вкраплень, навіть незважаючи на формально виражену морфологічну категорію відмінка. Іншомовні вкраплення не належать до національної мовної системи, але в сучасній прозі функціонують як більш-менш зв'язані з лексичним і граматичним устроєм

одиниць цієї мови. Вони не порушують загальної структури художнього тексту, а додають йому експресивного значення.

У нашій роботі, стосовно поняття «варваризм», ми поділяємо думку І. Мозової, яка дотримуючись думки Т. Новікової, зазначає, що варваризми – це іншомовні одиниці будь-якої функціонально-стилістичної спрямованості, які в адаптаційному плані вийшли за межі іншомовних вкраплень, проте ще не увійшли в систему мови, не стали її повноправними членами, додаючи, що на стадії варваризму тільки починається поступове освоєння фонетичного, графічного, граматичного та семантичного планів слова, і саме на цьому етапі слово фіксується в неологічних словниках і довідниках, а також в словниках іншомовних слів [50, с. 5].

ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ

Висвітливши теоретичні питання та сформувавши підґрунтя нашого дослідження, підсумовуємо таке:

Міжкультурна комунікація та мовні контакти стають першими чинниками входження іншомовної лексики до складу мови-реципієнта. При проникненні у систему мови більша частина іншомовних слів, так чи інакше, зазнає певних змін.

Поняття «запозичення» у сучасному мовознавстві витлумачують неоднозначно. У визначенні його сутності сформувалося кілька основних підходів. Переважна більшість науковців переконує в багатоплановості терміна «запозичення». З одного боку, «запозичення» витлумачують як один із способів збагачення словникового складу мови шляхом економічного, соціально-політичного та культурного впливу одного народу на інший. З другого боку «запозичення» – це процес перенесення чужомовної лексики до мовної системи мови-реципієнта і адаптація запозиченої лексеми в іншій мові. Також «запозиченням» вважають результат цього перенесення, тобто власне запозичене слово.

Серед запозичень мовознавці виокремлюють варваризми, вкраплення, екзотизми, інтернаціоналізми та кальки. У нашій роботі, стосовно поняття «варваризм», ми поділяємо думку І. Мозової, яка дотримує думки Т. Новікової, зазначає, що варваризми – це іншомовні одиниці будь-якої функціонально-стилістичної спрямованості, які в адаптаційному плані вийшли за межі іншомовних вкраплень, проте ще не увійшли в систему мови, не стали її повноправними членами, додаючи, що на стадії варваризму тільки починається поступове освоєння фонетичного, графічного, граматичного та семантичного планів слова, і саме на цьому етапі слово фіксується в неологічних словниках і довідниках, а також в словниках іншомовних слів [50, с. 5].

Процес освоєння новітніх запозичень в мові-реципієнті здійснюється поетапно. Проаналізувавши наукові праці, ми виявили, що здебільшого лінгвісти (В. Аристова, Л. Архипенко, Л. Кислюк, І. Каминін, Я. Голдованський, Ю. Жлуктенко, О. Лисенко, О. Саакян виокремлювали три етапи адаптації запозичень. Інші дослідники, такі як Л.Крисін та І. Коробова, виокремлювали більше етапів. Проте основними етапами адаптації вважаємо входження, освоєння та укорінення.

РОЗДІЛ 2

ВАРВАРИЗМИ ЯК ДЖЕРЕЛО ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИЧНОЇ СИСТЕМИ НОВОГРЕЦЬКОЇ МОВИ

2.1 Тематична класифікація варваризмів у публіцистичному стилі (на матеріалі новогрецької мови)

Глобалізація світового інформаційного простору, культурний взаємовплив та взаємообмін між країнами, міжмовні контакти у сучасному світі, престижність англійської мови тощо призводять до збільшення кількості іншомовних запозичень, зокрема англіцизмів, в грецькій мові. Проблема наявності варваризмів завжди привертала увагу багатьох дослідників, про що свідчить чимала кількість праць, присвячених різним їх аспектам (Л. Архипенко, Я. Битківська, Г. Дружин, Л. Кислюк, І. Кочан, В. Сімонок, О. Стишов, С. Федорець та ін.). Вивчати окреслене мовне явище особливо плідно на матеріалі газетно-публіцистичного стилю сучасних друкованих видань, позаяк саме вони найбільш чутливі до процесів, що відбуваються в мові. У більшості випадків друковані видання є першим письмовим фіксатором нових слів і виразів, що претендують увійти в мовну практику широкого кола носіїв як новогрецької, так і багато інших мов. Розширення засобів масової інформації, поява Інтернету, послаблення жорстких вимог до викладу матеріалу, пошук нових засобів вираження і форм образності також сприяють інтенсивному проникненню варваризмів у новогрецьку мову. В цьому контексті особливо актуальним є питання вживання варваризмів у мові електронних видань, за допомогою яких реалізується експресивно-оцінна функція у публіцистичному тексті.

За останні роки з'явилася низка публікацій, присвячених окресленій проблематиці. Так, О. Тележкіна інтерпретує варваризми як важливий стилістичний засіб і органічний складник лексичної системи поетичного мовлення Д. Павличка [77]; на матеріалі телевізійної фахової мови

Т. Гуменюк розглядає основні види запозичень: екзотизм, інтернаціоналізм, варваризм і кальку [18]; різні типи іншомовної лексики на матеріалі сучасної комерційної реклами досліджує І. Мозова [50]. Питанню наявності варваризмів у мові публіцистики присвячена розвідка М. Навальної [52]. У ній автор аналізує слова та словосполучення, запозичені з інших мов, групує їх за способом написання, аналізує тематичну спрямованість варваризмів у газетному мовленні, визначає їх стилістичну роль. Однак питання вживання варваризмів у мові сучасних електронних видань потребує окремої уваги.

Щодо основних причин вживання варваризмів дослідники вказують на позамовні (екстралінгвальні): бажання слідувати моді, привернути увагу читача, відсутність цензурних перешкод, авторитетність мови-джерела, престижність іншомовного слова порівняно з мовою носіїв тощо [52, с. 219]. Активне використання іншомовних запозичень загалом і варваризмів зокрема зумовлене також тим, що у свідомості багатьох греків, а особливо молоді, країни Заходу (зокрема США) асоціюються з технічними нововведеннями, економічним процвітанням, стандартами життєвого рівня, правами і свободами, еталонами культури, смаку, моди, манерами поведінки, спілкування, ідеальним стилем життя тощо.

Інтенсивне проникнення варваризмів у публіцистиці є результатом прагнення до всього модного, престижного. На думку С. Караванського, поява англіцизмів в мові часто зумовлена не потребою спілкування, а бажанням бути на рівні модної освіченості, відрізнитися своєю лексикою від «сірих» людей. Тому до «престижних» слів вдається не лише малоосвічена сільська «знать», а й високі державні достойники [30, с. 60]. У гонитві за ідеальними уявленнями гарна, екзотична форма набуває часом більше значення, ніж сам зміст.

Тому варваризми, за допомогою яких людина утверджує свій авторитет, заявляє свої претензії на культурну й ділову перевагу, є лише звучною формою, покликаною епатувати слухачів, намаганням похизуватися малозрозумілими для оточення словами, переконати оточуючих у своїй належності до еліти тощо, але їх інформативна функція вельми обмежена.

Таким чином, «ми втрачаємо віру в самих себе: починаємо боятися власних слів і зворотів. Там, де можна вжити своє слово, ми надаємо перевагу «чужинцеві»» [50, с. 245].

У нашій кваліфікаційній роботі ми здійснили аналіз функціонування варваризмів у новогрецькій публіцистиці. Ми переглянули близько 600 статей різних періодичних видань і дійшли таких висновків. Сторінки журналів та газет, де переважає більш розважальна інформація, містять 40-45% іншомовних запозичень, більшість з яких написані латиницею. Стосовно публіцистичних видань, де на перший план виходять теми політики та місцевих новин, то тут показник варваризмів значно менший, лише 5-10%. Загалом, серед зафіксованих нами варваризмів, за тематикою переважає мода, б'юті індустрія, ім'я відомих зарубіжних зірок, марок та бренди. З повним переліком усіх виявлених варваризмів можна ознайомитись у Додатку А.

Розглянемо вживання варваризмів у грекомовній пресі на конкретних прикладах. Перше видання, що ми проаналізуємо – це грецьке видання журналу моди та світського життя «**VOGUE GREECE**». По-перше, впадає в око широке використання назв **імен зарубіжних знаменитостей**: *Marc Jacobs, Senior Vice President, Eleanna Katsira, Beyoncé, Anastasios, Queen B, Rita Ora, Emilia Clarke, Naomi Campbell, Janelle Monae, Alicia Keys, Zazie Beetz, Kaia Gerber, Stelios Koudounaris, Anastasia Kessaris, Balmain, Arizona Muse, Nikki Nelms, Bottega Veneta, Jimmy Choo, Kalogirou Boutique, Tom Ford; Elon Musk, Alexander McQueen, Teyana Taylor, Bobbi Brown, Michelle Obama, Kate Middleton, Ukonwa Ojo, André Aciman, Angelina Jolie, Jon Voight, Marcheline Bertrand, Matthew Williams, Renaud de Lesquen, Jon Voight, Candice Huffine, Chambre Syndicale de la Haute Couture, o Jean Paul Gaultier, Marcheline Bertrand, Chanel, Lee Strasberg, Dior, Anastasios, Schiaparelli, Demna Gvasalia, Luca Guadagnino, Soleimani, Cara Delevingne, Bella Hadid, Kate Hudson, σεφ Amanda Lee;*

«*Η μοντέρνα τάση του Φθινοπώρου που φοράμε από τώρα Alberta Ferretti, Bottega Veneta, Off White, JW Anderson και πολλά ακόμη brands πόνταραν στη*

δυναμική της αλυσίδας και απογείωσαν τα σύνολά τους με αξεσουάρ που δεν περνούν απαρατήρητα»;

«15 φορές που η **Sarah Jessica Parker** συνάντησε την **Carrie Bradshaw** στα 90s»;

««It» item: Βλέμματα στραμμένα στις καινούριες μπότες της **Beyoncé**»;

«Αυτή τη φορά τα αξεσουάρ μαλλιών αλλάζουν εντελώς μορφή και μεταμορφώνονται σε μικροσκοπικά κρύσταλλα και πέρλες- όπως τα είδαμε στις **Janelle Monae, Alicia Keys** και **Zazie Beetz**»;

«Κανείς δεν περίμενε, ούτε ή ίδια, πως οι δέκα γήινες αποχρώσεις θα εξαφανίζονταν μέσα σε μόλις μια ημέρα και πως τα καλλυντικά της σήμερα θα τα επιλέγουν γυναίκες όπως η **Michelle Obama** και η **Kate Middleton**»;

«Vintage μαντό Gucci by **Tom Ford**, από προσωπική συλλογή...»;

«Οι 50s αναφορές έχουν αρχίσει να κάνουν αισθητή την παρουσία τους στο σύγχρονο swimwear, θυμίζοντάς μας τις εποχές που η **Marilyn Monroe** καθήλωνε τους λουόμενους στις παραλίες»;

«Είναι ο εαυτός της, είναι ισχυρή και τολμηρή, ανεξάρτητα από τα ρούχα της – υποστηρίζει όλες τις αξίες που έχουμε στη M·A·C και είμαστε πολύ ενθουσιασμένοι που αυτή η συνεργασία θα πάρει επιτέλους σάρκα και οστά», δήλωσε με τη σειρά της η **Ukonwa Ojo**, Global Chief Marketing Officer και Senior Vice President, Global Marketing της M·A·C Cosmetics»;

«Κόρη των διάσημων ηθοποιών του Hollywood, **Jon Voight** και **Marcheline Bertrand**, σπούδασε ηθοποιία στην πρεστίτζ σχολή **Lee Strasberg Theatre and Film Institute**»;

«Μάλιστα, η πρώτη της ανάμνηση από το brand δημιουργήθηκε όταν έλαβε ως δώρο ένα κουτί γεμάτο με M·A·C συλλεκτικά προϊόντα, όπως Hello Kitty και την iconic συνεργασία με τον **Alexander McQueen**»;

«Ανακαλύψτε τον σύγχρονο κόσμο της ομορφιάς στο ελληνικό e-shop της **Bobbi Brown**»;

«...με τις haute couture πειραματισμούς του καλλιτεχνικού του διευθυντή, **Demna Gvasalia** – δεν θα πραγματοποιηθεί φέτος»;

«*H Rita Ora* επέλεξε ένα *graphic eyeliner* με *glitter*, η *Naomi Campbell* ένα *smokey eye* στις αποχρώσεις του μπρονζέ, ενώ η *Arizona Muse* και η *Emilia Clarke* τόνισαν το βλέμμα τους με έντονο, μαύρο *eyeliner*»;

«*Kaia Gerber*: Έμπνευση για μικροσκοπικά τατουάζ από το διάσημο μοντέλο»;

«*O Anastasios*, λοιπόν, προτείνει τα *clip-in bangs* (φορετές αφέλειες) που προσαρμόζονται στη στιγμή, χωρίς μακροχρόνια δέσμευση»;

«Με αφορμή το φόρεμα που η *Rihanna* πόσταρε στο *Instagram* της κατά τη διάρκεια των διακοπών της τον περασμένο Οκτώβριο, ρίχνοντας το ίντερνετ – τα νέα της επιστροφής αυτού του σέξι φορέματος είναι πολύ παραπάνω από μία *must have* αγορά»;

Назви відомих міжнародних компаній та брендів: *Chanel, Givenchy, Gucci, Dior, Balenciaga, Zeus+Dione Boutique, Kessariss Boutique, Hello Kitty, Global Marketing* της *M·A·C Cosmetics*;

«Και φυσικά δεν μπορούμε να αγνοήσουμε το γεγονός ότι οι πιο διάσημοι οίκοι μόδας όπως *Chanel, Givenchy* και *Gucci* το έχουν ενσωματώσει ήδη στις συλλογές τους για τη σεζόν *SS20*»;

«Ένα *Balenciaga* κόκκινο ημιδιάφανο λεοπάρ τοπ από τη *Mytheresa*...»;

«Βραχιόλια από τιτάνιο με διαμάντια και ρουμπίνια *Anastasia Kessariss, Kessariss Boutique*»;

«Ήμουν πολύ τυχερή που την απέκτησα και θα την κρατήσω για πάντα. Λατρεύω επίσης το *vintage Rolex* μου με τρκουάζ καντράν»;

«*Vintage* μαντό *Gucci by Tom Ford*, από προσωπική συλλογή...»;

«Μάλιστα, η πρώτη της ανάμνηση από το *brand* δημιουργήθηκε όταν έλαβε ως δώρο ένα κουτί γεμάτο με *M·A·C* συλλεκτικά προϊόντα, όπως *Hello Kitty* και την *iconic* συνεργασία με τον *Alexander McQueen*»;

«Σύμφωνα με την ομοσπονδία, το διαδικτυακό πρόγραμμα επιδείξεων θα σημειώσει αρκετές απουσίες, ενώ και το πολύ-αναμενόμενο *comeback* στον χώρο της υψηλής ραπτικής οίκου *Balenciaga*...»;

«Αυτά είναι τα ωραιότερα *look* με πρωταγωνιστή το *tweed jacket* του οίκου *Chanel*»;

Назви публіцистичних видань: *Vogue Greece*;

«...με τη *beauty director* της *Vogue Greece*»;

Назви посад іноземних держав: *Global Chief Marketing Officer, Senior Vice President, Queen B*;

«Έχουμε μιλήσει αρκετά για τη νέα, αγαπημένη τάση των *celebrities* που ακούει στο όνομα *heavy-duty boots*, αλλά αυτή η πρόταση δεν συγκινεί την **Queen B**»;

«Είναι ο εαυτός της, είναι ισχυρή και τολμηρή, ανεξάρτητα από τα ρούχα της – υποστηρίζει όλες τις αξίες που έχουμε στη *M·A·C* και είμαστε πολύ ενθουσιασμένοι που αυτή η συνεργασία θα πάρει επιτέλους σάρκα και οστά», δήλωσε με τη σειρά της η *Ukonwa Ojo, Global Chief Marketing Officer και Senior Vice President, Global Marketing* της *M·A·C Cosmetics*»;

Κινοϊνδустрия: *Hollywood, ντεμπούτο, Girl (назва фільму), Interrupted(назва фільму), Theatre and Film Institute, creative director, Δούκας του Westminster, των Friends (назва фільму), In the Land of Blood and Honey(назва фільму)*;

«Εμπνευση από το παλιό **Hollywood**»;

«Κόρη των διάσημων ηθοποιών του **Hollywood**, *Jon Voight* και *Marcheline Bertrand*, σπούδασε ηθοποιία στην πρεστίτζ σχολή *Lee Strasberg Theatre and Film Institute*»;

«Επειτα, για το ντεμπούτο της στη σκηνοθεσία με το *In the Land of Blood and Honey* για τον Πόλεμο στη Βοσνία»;

«Όλες οι συνταγές των **Friends** σε ένα σειρά...»;

Назви нагород та премій іноземних держав:: *Όσκαρ Β' Γυναικείου Ρόλου, Changeling του Clint Eastwood, British Fashion Awards*;

«Εκτός από τις ξεχωριστές δημιουργίες, στα χθεσινά **British Fashion Awards** ξεχώρισαν και τα *beauty looks*, τα οποία συμβαδίζουν με τις τάσεις της σεζόν...»;

«...με την οποία κέρδισε το **Όσκαρ Β' Γυναικείου Ρόλου** το 2000...»;

Слова на позначення понять індустрії моди: *Pantone, hair stylist anastasios, styling, beauty director, neon, styling, street style, стил, super stylish, «το classic blue είναι το χρώμα της χρονιάς», heavy-duty boots, brand, shirt dress, χακί, outfit, στρας, casual, looks, spring/ summer, swimwear, σέξι φορέματος, φούτερ, σορτς, παλτό, τζιν, oversized, λεοπάρ τοπ, стил bucket, vintage, millennial pink, political pink, «σύγχρονο swimwear», μπικίνι, couturier, top models, η plus size κατηγορία,*

μοντέλο, *body positivity*, *πέρλες*, τα ωραιότερα *look*, το *tweed jacket*, των *editors*, των *celebrities*, των *fashion lovers*, *haute couture*, τα *jacket*, τα *looks* των *celebrities*, *Wrap Trend*, του *styling*, *κολεξιόν τα αξεσουάρ*;

«Αυτά είναι τα ωραιότερα **look** με πρωταγωνιστή το **tweed jacket** του οίκου *Chanel*»;

«Εκτός από τις ξεχωριστές δημιουργίες, στα χθεσινά *British Fashion Awards* ξεχώρισαν και τα **beauty looks**, τα οποία συμβαδίζουν με τις τάσεις της σεζόν...»;

«Έχουμε μιλήσει αρκετά για τη νέα, αγαπημένη τάση των **celebrities** που ακούει στο όνομα **heavy-duty boots**, αλλά αυτή η πρόταση δεν συγκινεί την *Queen B*»;

«Σύμφωνα με την ομοσπονδία, το διαδικτυακό πρόγραμμα επιδείξεων θα σημειώσει αρκετές απουσίες, ενώ και το πολύ-αναμενόμενο *comeback* στον χώρο της υψηλής ραπτικής οίκου *Balenciaga* – με τις **haute couture** πειραματισμούς του καλλιτεχνικού του διευθυντή, *Demna Gvasalia* – δεν θα πραγματοποιηθεί φέτος»;

«Ένα *Balenciaga* κόκκινο ημιδιάφανο **λεοπάρ τοπ** από τη *Mytheresa*...»;

«Μάλιστα, η πρώτη της ανάμνηση από το **brand** δημιουργήθηκε όταν έλαβε ως δώρο ένα κουτί γεμάτο με *M·A·C* συλλεκτικά προϊόντα, όπως *Hello Kitty* και την **iconic** συνεργασία με τον *Alexander McQueen*»;

«Από τη μια τα καλλίγραμμα **μοντέλα**, που αναλάμβαναν τις πιο γνωστές καμπάνιες και πόζαραν στα εξώφυλλα των μεγαλύτερων περιοδικών, και από την άλλη η **plus size** κατηγορία, ... δεν όφειλε να είναι μόνο ένα καλό **μοντέλο**, αλλά και μια φωνή προώθησης του περίφημου **body positivity**»;

«**Vintage μαντό** *Gucci by Tom Ford*, από προσωπική συλλογή...»;

«Οι *50s* αναφορές έχουν αρχίσει να κάνουν αισθητή την παρουσία τους στο σύγχρονο **swimwear**, θυμίζοντάς μας τις εποχές που η *Marilyn Monroe* καθήλωνε τους λουόμενους στις παραλίες»;

«Αυτή τη φορά τα **αξεσουάρ** μαλλιών αλλάζουν εντελώς μορφή και μεταμορφώνονται σε μικροσκοπικά κρύσταλλα και **πέρλες**- όπως τα είδαμε στις *Janelle Monae*, *Alicia Keys* και *Zazie Beetz*»;

«Οι εβδομάδες μόδας για τη σεζόν **spring/ summer 2020** μας ενέπνευσαν σε ότι έχει να κάνει με την ομορφιά, δημιουργώντας μια εμμονή με το «**no make-up**» **look** αλλά και με το κοντό **καρέ** της *Kaia Gerber*»;

«Αντίο στο **millennial pink**: Το **political pink** είναι η πιο δυναμική απόχρωση της γενιάς μας»;

«Ποιο είναι το καθημερινό σας **στιλ**; Πλισέ φούστες σε όλα τα σχέδια, συνδυασμένες με **φούτερ** και παλτό ή **τζιν** με ένα απλό κορμάκι και **oversized σακάκι**»;

Слова на позначення поняття індустрії краси: το νέο **botox**, η **κουπ**, **glitter**, **μακιγιάζ**, **highlighters**, **limited edition**, **beauty looks**, **graphic eyeliner**, **smokey eye**, **eyeliner**, **no make up look**, **hair looks**, **τατουάζ**, **hairstylist**, **no make-up' look**, **gloss** με **glitter**, **καρέ**, **Red Carpet beauty**, **μοντέλο**, **accessories**, **αξεσουάρ**, **clutch**, **foundation**, το **κονσίλερ** και τα **κραγιόν**, **beauty expert**, **limited edition** προϊόντα, **eyeliner**, **cat-eye**, **gel**, **τζελ φόρμουλες**, **smooth**, **ματ**, **ρουζ**, **ροζ**;

«Οι πιο δημοφιλείς αφέλειες αυτή την εποχή αγγίζουν την περιοχή μεταξύ φρυδιών και βλεφαρίδων, αναδεικνύοντας με τον πιο θηλυκό τρόπο τις γωνίες του προσώπου και χαρίζοντας νεανική όψη αφού κρύβουν τις όποιες ατέλειες – κάποιιοι τις χαρακτηρίζουν «**το νέο botox**»»;

«Η **μοντέρνα** τάση του Φθινοπώρου που φοράμε από τώρα **Alberta Ferretti**, **Bottega Veneta**, **Off White**, **JW Anderson** και πολλά ακόμη **brands** πόνταραν στη δυναμική της αλυσίδας και απογείωσαν τα σύνολά τους με **αξεσουάρ** που δεν περνούν απαρατήρητα»;

«Ανάμεσα σ' αυτές και εγώ που δεν αποχωρίζομαι το **foundation**, το **κονσίλερ** και τα **κραγιόν** της στην καθημερινή μου **ρουτίνα** ομορφιάς»;

«Το δροσερό **gel** αφήνει ένα απαλό πέπλο στην επιδερμίδα, ενώ δίνει επιπλέον λάμψη χάρη στο χρυσό χρώμα του»;

«Αυτή η **κουπ** όμως απαιτεί προσοχή επιπέδου **bonsai** και άπλετο χρόνο **για styling**, ειδικά στα μαλλιά που φριζάρουν όπως τα δικά μου – η κερατίνη είναι μια λύση σε αυτή την περίπτωση, τη δοκίμασα και τη συστήνω»;

«Ο **Anastasios**, λοιπόν, προτείνει τα **clip-in bangs** (φορετές αφέλειες) που προσαρμόζονται στη στιγμή, χωρίς μακροχρόνια δέσμευση»;

«Από τις **ματ** υφές μέχρι το εκτυφλωτικό **glitter**, αυτές είναι οι σκιές που μεταμορφώνουν **το μακιγιάζ** μας»;

«Με άκρως εορταστική διάθεση, η **ροζ** χρυσή συσκευασία διακοσμημένη με **στρας** εσωκλείει λαμπερές σκιές, **duo highlighters** και ένα κρεμώδες **ρουζ**»;

«Η Rita Ora επέλεξε ένα **graphic eyeliner** με **glitter**, η Naomi Campbell ένα **smokey eye** στις αποχρώσεις του **μπρονζέ**, ενώ η Arizona Muse και η Emilia Clarke τόνισαν το βλέμμα τους με έντονο, μαύρο **eyeliner**»;

«Kaia Gerber: Έμπνευση για μικροσκοπικά **τατουάζ** από το διάσημο **μοντέλο**»;

Слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: *Instagram, shadow banning στο Instagram, το ίντερνετ, clip-in bangs, μίνι φωτογράφιση, party girls, «στα social media πρόσφατα», emoji, screengrab, Twitter, «στις ιστορίες της Instagram», Mytheresa, Video Vanguard στα MTV VMA, Φεστιβάλ Καινοτομίας της Νέας Υόρκης, «της debut single «Google me»», videoclip του Fade, iconic, site, πλατφόρμα, στα media;*

«Το ινστιτούτο Pantone ανακοίνωσε το χρώμα της χρονιάς για το 2020, μέσα από μια ανάρτηση **στο Instagram**»;

«Σε μία εποχή που επικρατούν το **shadow banning στο Instagram** και ο καταγιγισμός ειδήσεων, τίποτα δεν αιχμαλωτίζει τη ματιά και την προσοχή μας όσο το πολύ έντονο **ροζ**»;

«Ανακαλύψτε τον σύγχρονο κόσμο της ομορφιάς στο ελληνικό **e-shop** της Bobbi Brown»;

«Ένα Balenciaga κόκκινο ημιδιάφανο λεοπάρ τοπ από τη **Mytheresa**...»;

«Με αφορμή το φόρεμα που η Rihanna πόσταρε στο **Instagram** της κατά τη διάρκεια των διακοπών της τον περασμένο Οκτώβριο, ρίχνοντας το **ίντερνετ** – τα νέα της επιστροφής αυτού του σέξι φορέματος είναι πολύ παραπάνω από μία *must have αγορά*»;

«Μέχρι στιγμής, το μόνο σχόλιο της Kim Καρντάσιαν Γουέστ σχετικά με το ενδεχόμενο να γίνει Πρώτη Κυρία ήταν να σχολιάσει ένα **emoji** με την αμερικανική σημαία και να κάνει **screengrab** την ανακοίνωση του συζύγου της στο **Twitter** στις **ιστορίες της Instagram**»;

«Ένα στιγμιότυπο από αυτήν την ταινία που δείχνει την ακτιβίστρια να φοράει μία λουλουδένια γιρλάντα και ένα φωτεινό φούξια φόρεμα έκανε τον γύρο στα **social media πρόσφατα**»;

«Το προηγούμενο Σαββατοκύριακο η ποπ σταρ μοιράστηκε με το κοινό της στο **Instagram** μία **μίνι φωτογράφιση**, αποδεικνύοντας ότι μια εκκεντρική επιλογή παπουτσιού είναι ιδανική για να κλέψει τις εντυπώσεις αυτή τη σεζόν»;

Слова на позначення понять політичної сфери: *highlight, haute couture, ομάδα guest members, πλατφόρμα;*

«Το **HBO** απέσυρε από **την πλατφόρμα** του το «Όσα Παίρνει ο Άνεμος» για κάποιες μέρες και το ανέβασε ξανά με προειδοποίηση ρατσιστικού περιεχομένου»;

Слова на позначення понять медичної сфери: *κορονοϊός, Covid-19, ομάδα guest members;*

«Συμφωνεί ότι ο **κορονοϊός** έκανε το κίνημα πιο επίκαιρο»;

Слова на позначення понять наукової та технічної сфер: «της **Tesla**», *τιρκουάζ καντράν;*

«Έχεις την πλήρη υποστήριξή μου! », σχολίασε ο ιδρυτής της **Tesla** ως απάντηση στα νέα»;

«Ήμουν πολύ τυχερή που την απέκτησα και θα την κρατήσω για πάντα. Λατρεύω επίσης το *vintage Rolex* μου με **τιρκουάζ καντράν**»;

Інша тематика: *extreme, It, item, studs, σεζόν, must have, must hope, τα best sellers, σίκουελ, στο φινάλε, queer ρομάντζου, HBO, UNHCR, CEO, LVMH, Foundation Shade Finder Tool, ριμέικ, το project, ποπ σταρ, slogan;*

«Το **HBO** απέσυρε από την πλατφόρμα του το «Όσα Παίρνει ο Άνεμος» για κάποιες μέρες και το ανέβασε ξανά με προειδοποίηση ρατσιστικού περιεχομένου»;

«Με αφορμή το φόρεμα που η **Rihanna** πόσταρε στο **Instagram** της κατά τη διάρκεια των διακοπών της τον περασμένο Οκτώβριο, ρίχνοντας το ίντερνετ – τα νέα της επιστροφής αυτού του σέξι φορέματος είναι πολύ παραπάνω από μία **must have** αγορά»;

«Σύμφωνα με την ομοσπονδία, το διαδικτυακό πρόγραμμα επιδείξεων θα σημειώσει αρκετές απουσίες, ενώ και το πολύ-αναμενόμενο **comeback** στον χώρο της υψηλής ραπτικής οίκου **Balenciaga** ...»;

«**It** **item**: Βλέμματα στραμμένα στις καινούριες μπότες της **Beyoncé**»;

«Αν διακρίνεστε για την τόλμη σας, επιλέξτε τρέσες σε κόκκινες **neon** αποχρώσεις για **extreme** εμφανίσεις»;

«Από την πασαρέλα στους δρόμους της πόλης, δείτε πως να συνδυάσετε το χρώμα της χρονιάς μέσα από το πρίσμα του **street style**»;

«Τα είναι μέρος ενός νέου κινήματος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που μεταμορφώνει τα **must have** κομμάτια σε **must hope** ρούχα μέσα από αγορές που έχουν πολιτική σημασία και τα οποία σταδιακά γίνονται οι «στολές εργασίας» των μιλένιαλς»;

«Ο *Matthew Williams* είναι ο νέος **creative director** του οίκου *Givenchy*»;

Друга, не менш відома грецька газета – «**ATHENS VOICE**» – це щотижневе безкоштовне друковане видання, яке виходить щочетверга з мережею розповсюдження, що включає не лише великі міста Афіни та Салоніки, але ще 20 міст Греції.

Відомі міжнародні компанії та бренди: *Victoria's Secret, Michael Kors, Louboutins, Calzedon, Bottega Veneta, Off White, JW Anderson, Hello Kitty, Chanel, Dior, Givenchy, Schiaparelli, Balenciaga, Cambon, double CC logo, Generation Z, HONDA, Haus Laboratories*;

«**H Victoria's Secret** έχει γίνει συνώνυμη με εξαντλητικές δίαιτες και γυμναστικές, ψεκάζει με *body paint* τα μοντέλα της ώστε να μην υπάρχει ίχνος κυτταρίτιδας, ραγάδας ή ουλής»;

«Το *Grand Palais* με τη σκηνοθετική επιμέλεια της *Sofia Coppola* μεταμορφώθηκε στο καταφύγιο της **Coco**, το διαμέρισμά της στην οδό *Cambon* με την εντυπωσιακή σκάλα με τους καθρέπτες και τους κρυστάλλινους πολυελαίους»;

«Η καλύτερη ευκαιρία που περιμένετε για να αποκτήσετε **την HONDA** των ονείρων σας, έφτασε!»;

«Το πρώτο άλμπουμ της *Lady Gaga* με τα τραγούδια «*Just Dance*» και «*Pokerface*» ήταν τόσο *iconic* που σε κανέναν δεν κάνει εντύπωση πως ενέπνευσε την πρώτη παλέτα σκιών της εταιρίας καλλυντικών της, **Haus Laboratories**»;

«Τα θρυλικά **Louboutins** τιμούν τα χριστούγεννα με μία νέα συλλογή»;

«Μέσα στη νέα καμπάνια της **Calzedonia** πρωταγωνιστούν τρία διαφορετικά σχέδια καλσόν»;

Імена зарубіжних знаменитостей: *Jullia Roberts, Alberta Ferretti, Melina Koan, Carvela; Rihanna, Marilyn Monroe Elon Musk, Teyana Taylor, Alexander*

McQueen, Bobbi Brown, Michelle Obama, Kate Middleton, Angelina Jolie, Jon Voight, Marcheline Bertrand, Matthew Williams, Renaud de Lesquen, Candice Huffine, Coco Chanel, ο Jean Paul Gaultier, Demna Gvasalia, Ο Luca Guadagnino, Soleimani, Cara Delevingne, Bella Hadid, και Kate Hudson, Hartwig Fischer, showbiz, σταρ, Gabrielle Chanel, Métiers d'art, Sofia Coppola, Tommy Hilfiger, Threads of Hope, Athens Pride, Victoria Beckham;

«**Η Melina Koan** βάζει την αγάπη στη *street art* της Αθήνας...»;

«**Η Jullia Roberts** είναι γνωστή για το κομψό και άριστο στιλ της, το οποίο παραμένει κλασικό, διαχρονικό και ζηλευτό, ανεξαρτήτως της σεζόν»;

«Το *Grand Palais* με τη σκηνοθετική επιμέλεια της **Sofia Coppola** μεταμορφώθηκε στο καταφύγιο της *Coco*, το διαμέρισμά της στην οδό *Cambon* με την εντυπωσιακή σκάλα με τους καθρέπτες και τους κρυστάλλινους πολυελαίους»;

«Τα *puffer jacket* που ανακαλύψαμε στην συλλογή Χειμώνας 2019 του **Tommy Hilfiger** είναι σίγουρα για όλες τις ώρες και για κάθε περίπτωση»;

«Βρήκαμε το *boot trend* που δεν αποχωρίζεται τώρα **η Victoria Beckham**»;

«Το πρώτο άλμπουμ της **Lady Gaga** με τα τραγούδια «*Just Dance*» και «*Pokerface*» ήταν τόσο *iconic* που σε κανέναν δεν κάνει εντύπωση πως ενέπνευσε την πρώτη παλέτα σκιών της εταιρίας καλλυντικών της, *Haus Laboratories*»;

«Ο **Frédéric Malle** έστρεψε το ενδιαφέρον από τα *focus groups* και τα νούμερα των πωλήσεων, στο ίδιο το προϊόν με βασικό του μέλημα την ποιότητα»;

«Το συγκεκριμένο κούρεμα αύξησε τη δημοτικότητά του χάρη σε *A-list celebrities*, όπως η **Alexa Chung**, ενώ πιο πρόσφατα υιοθετήθηκε και από πιο *mainstream stars*, όπως η **Kim Kardashian** και η **Bella Hadid**»;

«Έχουν περάσει σχεδόν 30 χρόνια από τότε που είδα *live* των **Candlemass** για πρώτη φορά και χωρίς να έχω δει πολλά *live* μέχρι τότε κατάλαβα ότι αυτό το γκρουπ έχει κάτι διαφορετικό»;

Слова на позначення поняття індустрії моди: *brand, лουκ, underwear fashion, chic, in fashion, fashion icon, рέπλικες, outfits, лουκ, πάρτι, коλεξιόν, chic outfits, μοντέλα, body positivity, body paint, οι two-tone γόβες, black & white, τούντ ταγιέρ, puffer jacket, trends, лουκ, look, prints, glamorous touch, knee high, denim, hot, block heels, το tailoring, bold suit, street style, sneakers, oversized, tailored,*

στυλ, *on-trend looks*, *eco-fur*, *boost*, *tonal dressing*, *blazer*, *totally chic*, τζήν, *fashion essentials*, *fashion girls*, *ultra chic look*, *outfit*, *boot trend*, *shoe trend*, *sock*, *peep toe boots*, *standard*, *catwalk looks*, *limited edition shopping bags*, *καλσόν*, *luxury online μάρκα*;

«Ένα από τα μεγαλύτερα και πιο δοξασμένα **catwalks** στην ιστορία δεν θα διεξαχθεί καθόλου την φετινή χρονιά, ενώ ολόκληρο το **brand** της *Victoria's Secret* φαίνεται να πασχίζει να βρει ένα νέο **προφίλ**»;

«Βρήκαμε το **boot trend** που δεν αποχωρίζεται τώρα η *Victoria Beckham*»;

«Έχουμε συγκεντρώσει όλα τα *e-shops* του διαδικτύου που συμμετέχουν στο *Black Friday* και τιμούν την ημέρα με πραγματικά αξιοπρόσεχτες εκπτώσεις σε ρούχα, **μακιγιάζ** και **αξεσουάρ** που συμφέρουν»;

«Τα **puffer jacket** που ανακαλύψαμε στην συλλογή Χειμώνας 2019 του *Tommy Hilfiger* είναι σίγουρα για όλες τις ώρες και για κάθε περίπτωση»;

«Ψάξαμε και βρήκαμε στο *Pinterest* 10 ιδέες που θα σου δώσουν έμπνευση τόσο για το χριστουγεννιάτικο **μακιγιάζ** σου όσο και για κάθε βραδινό **make up look**»

«Η *Jullia Roberts* είναι γνωστή για το κομψό και άριστο **στιλ** της, το οποίο παραμένει κλασικό, διαχρονικό και ζηλευτό, ανεξαρτήτως της σεζόν»;

«Η *Victoria's Secret* έχει γίνει συνώνυμη με εξαντλητικές δίαιτες και γυμναστικές, ψεκάζει με **body paint τα μοντέλα** της ώστε να μην υπάρχει ίχνος κυτταρίτιδας, ραγάδας ή ουλής»;

«Μέσα στη νέα **καμπάνια** της *Calzedonia* πρωταγωνιστούν τρία διαφορετικά σχέδια **καλσόν**»;

«Το *Victoria's Secret Fashion Show* έχει χαρακτηριστεί τα πάντα από το «πιο σημαντικό γεγονός στην ιστορία του **underwear fashion**» μέχρι και την «προσωποποίηση του καπιταλισμού» και έχει αποτελέσει το μεγαλύτερο όνειρο και τον απόλυτο στόχο για αμέτρητα ανερχόμενα **μοντέλα**»;

«Στην εποχή όπου κινήματα όπως το **#MeToo** και το **body positivity** προωθούν την γυναικεία χειραφέτηση»;

«Ξεκίνησε το «**rainbow event**» που προσφέρει έκπτωση τουλάχιστον 20% και περιλαμβάνει μεγάλα **brands** όπως *Carvela* και *Michael Kors*»;

«Και όλες αυτές οι λεπτομέρειες ήταν παρούσες: το *double CC logo*, οι **φιόγκοι**, οι **two-tone** γόβες, οι αλυσίδες, το άρωμα *Chanel No.5*, το τουίντ ταγιέρ, το **black & white**, οι **πέρλες**»;

«Το **bold suit** έχει όλα όσα αναζητούν οι γυναίκες αυτή τη στιγμή: άνεση, **στυλ**, και βέβαια εκφράζει το **girl power feeling** δίνοντας αυτοπεποίθηση σε κάθε **look**»;

Слова на позначення поняття індустрії краси: μακιγιάζ, *glitter*, γκλίτερ, *old hollywood look*, *eyeliner*, *beauty standards*, *makeover*, *highlighter*, *contouring*, τα ζευγάρια της *κολεξιόν*, *red bottoms*, *glossy*, μακιγιάζ, *tutorial*, *make up look*;

«Ανανέωσε το **make up look** σου ακόμα κι όταν εισαι **a budget!**»;

«Ανακαλύψτε όλα μας τα **νέα glitter** προϊόντα στα καταστημάτά μας!»;

«Μπορεί οι βλεφαρίδες να δείχνουν πιο εντυπωσιακές και πυκνές, ωστόσο το αποτέλεσμα είναι πολύ πιο φυσικό από τα **lash extensions**»;

«10 συγκλονιστικές ιδέες για χριστουγεννιάτικο **μακιγιάζ**»;

«Υπάρχει ένα **tutorial** για κάθε **look**»;

«Ένα άλλο δημοφιλές **τρικ** είναι το να ζωγραφίζεις μία γραμμή στην μέση της μύτης σου με **highlighter** και να πετύχεις το εφέ της μεγαλύτερης μύτης με την μέθοδο **μακιγιάζ του contouring**»;

«Σε περίπτωση που δεν έχεις όρεξη για **extreme** πειραματισμούς και **μπελαλίδικο μακιγιάζ**, το κλασικό **old hollywood look** είναι μία μόνιμα σωστή επιλογή»;

Слова на позначення поняття мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: *Instagram*, το *ίντερνετ*, *Mytheresa*, *Twitter*, *e-shops*, *Netflix*, *Black Friday*, *internet*, *free shipping*, *action cameras*, *video*, *Sencor*, *show*, *μοντάζ*, *live*, *προφίλ*, *real time*;

«Το *The Crown* είναι σίγουρα ένα από τα «κοσμήματα» των παραγωγών στο **Netflix**, γνωστό για την πιστή και πολυτελή αναπαράσταση της ζωής των **Βρετανών royals**»;

«Και το **internet** είναι γεμάτο εκπλήξεις»

«Έχουν περάσει σχεδόν 30 χρόνια από τότε που είδα **live** των *Candlemass* για πρώτη φορά και χωρίς να έχω δει πολλά **live** μέχρι τότε κατάλαβα ότι αυτό το **γκρουπ** έχει κάτι διαφορετικό»;

«Έχουμε συγκεντρώσει όλα τα **e-shops** του διαδικτύου που συμμετέχουν στο **Black Friday** και τιμούν την ημέρα με πραγματικά αξιοπρόσεχτες εκπτώσεις σε ρούχα, μακιγιάζ και αξεσουάρ που συμφέρουν»;

«Η ομοιομορφία που έφερε η **digital εποχή** άφησε το ψαγμένο κοινό να διψά για διαφορετικότητα και πρωτοτυπία»;

«Ψάξαμε και βρήκαμε στο **Pinterest** 10 ιδέες που θα σου δώσουν έμπνευση τόσο για το χριστουγεννιάτικο μακιγιάζ σου όσο και για κάθε βραδινό *make up look*»

Слова на позначення поняття політичної сфери: Brexit;

«...όταν ο Τζόνσον ανακοίνωσε ότι «τελείωσαν» και κάλεσε τους Βρετανούς να προετοιμαστούν για ένα **Brexit** χωρίς...»;

Слова на позначення поняття медичної сфери: COVID-19;

«To 4ο *Pharma Transformation COVID-19 Deep dive* θα διεξαχθεί διαδικτυακά με *Live* μετάδοση στις 12 Δεκεμβρίου...»;

Назви нагород та премій іноземних держав: Silver βραβείο, Healthy Diet Awards, Social Media Awards, Healthy Food Product of the Year, Best of YouTube – Communication, Food & Beverage, Όσκαρ, Oscars;

«Για αυτές τις αξίες διακρίθηκε στα **Healthy Diet Awards 2020**, αποσπώντας **Silver βραβείο** στην ενότητα **Healthy Food Product of the Year**»;

«...η ταινία που θα εκπροσωπήσει τη χώρα μας στις διαδικασίες της 93ης διοργάνωσης των Όσκαρ...»;

«Το κόκκινο χαλί των **Oscars** αποτέλεσε την τέλεια αφορμή...»;

«Επιπλέον, λίγες ημέρες πριν η **MISKO** ξεχώρισε και στα **Social Media Awards 2019** στην ενότητα **Best of YouTube – Communication** και συγκεκριμένα στην κατηγορία **Food & Beverage**, αποσπώντας **Silver** διάκριση, για την παρουσίαση της «Χρυσής Σειράς» ζυμαρικών με τον Σωτήρη Κοντιζά»;

Інша тематика: πάρτι, extreme, reality show, concept, gay, marketing, pretty woman, καριέρα, street art, the Crown, royals, budget, rainbow event, super car, mountain bike, Chef, Buckingham Palace, Tetragrammaton, Slayerking, τρκουάζ καντράν, γκρουπ;

«Παρουσιάζοντας το νέο τους **άλμπουμ «Tetragrammaton»**, μαυροφορεμένοι και ενδεδυμένοι με **chic outfits** οι **Slayerking** στις 20.45 ακριβώς μας βύθισαν με μελωδίες και πνιγηρά φωνητικά»;

«Το συγκεκριμένο κούρεμα αύξησε τη δημοτικότητά του χάρη σε **A-list celebrities**, όπως η *Alexa Chung*, ενώ πιο πρόσφατα υιοθετήθηκε και από πιο **mainstream stars**, όπως η *Kim Kardashian* και η *Bella Hadid*»;

Η Melina Koan βάζει την αγάπη στη **street art** της Αθήνας...»;

«Είναι μία **pretty woman** που περπατάει στους δρόμους με αυτοπεποίθηση και μαγνητίζει τα βλέμματα πάνω της, από την αρχή της **καριέρας** της ως σήμερα»;

«Το πρώτο **άλμπουμ** της *Lady Gaga* με τα τραγούδια «**Just Dance**» και «**Pokerface**» ήταν τόσο **iconic** που σε κανέναν δεν κάνει εντύπωση πως ενέπνευσε την πρώτη παλέτα σκιών της εταιρίας καλλυντικών της, *Haus Laboratories*»;

«Ο *Frédéric Malle* έστρεψε το ενδιαφέρον από τα **focus groups** και τα **νούμερα** των πωλήσεων, στο ίδιο το προϊόν με βασικό του μέλημα την ποιότητα»;

«Μόνο έτσι θα μπορούσα να δικαιολογήσω το ενοχλητικό τους πείσμα να μην αλλάξουν καθόλου την μέθοδο **marketing** που υιοθέτησαν τόσα χρόνια πριν»;

«...καλλιτεχνών θα μεταμορφωθούν σε **limited edition shopping bags**...»;

«Όσα πρέπει να ξέρετε πριν κλείσετε **ραντεβού**...»;

Ще одно грецьке видання – це газета «**NEWSBOMB**», яка охоплює як і останні так і поточні події Греції та миру.

Імена зарубіжних знаменитостей: *Jean Monnet, Sonya Angelone, Macrame Feathers, Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Lily Aldridge, Elsa Hosk, Jasmine Tookes, Josephine Skriver, Lais Ribeiro, Martha Hunt, Romee Strijd, Sara Samraio, Stella Maxwell, Taylor Hill, Met Gala*;

«Προϋποθέτει και την επιστροφή μας στα θεμελιώδη που οραματίζονταν οι πατέρες της, όπως ο **Jean Monnet**»;

«Αν το **Met Gala** είναι τα «**Oscars** της μόδας», τότε χθες το βράδυ στο *The Royal Albert Hall* του Λονδίνου πραγματοποιήθηκαν οι «Χρυσές Σφαίρες» του fashion κόσμου, δηλαδή τα Βρετανικά Βραβεία Μόδας (aka **British Fashion Awards 2019**)»;

«Όπως λέει η **Sonya Angelone**, Πρόεδρος της επιτροπής διατροφής της *American Heart Association*, στο *Reader's Digest*,...»;

«Η «βασική ενδεκάδα» των μοντέλων που θα περπατήσουν στο *catwalk* ανακοινώθηκε και είναι το λιγότερο εντυπωσιακή: **Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Lily Aldridge, Elsa Hosk, Jasmine Tookes, Josephine Skriver, Lais Ribeiro, Martha Hunt, Romee Strijd, Sara Sampaio, Stella Maxwell** και **Taylor Hill** θα ντυθούν «Αγγελάκια της *Victoria's Secret*» και θα φορέσουν και πάλι τα γεμάτα *glitter* φτερά τους...»

Відомі міжнародні компанії та бренди: *American Heart Association, Reader's Digest, Chanel, Christian Dior, Guerlain, Givenchy, Victoria's Secret, Stella McCartney, Balenciaga, Valentino*;

«Όπως λέει η **Sonya Angelone**, Πρόεδρος της επιτροπής διατροφής της *American Heart Association*, στο *Reader's Digest*, «ο πεπιεσμένος καφές περιέχει ενώσεις που αυξάνουν την κακή χοληστερόλη LDL, η οποία μπορεί να αυξήσει τον κίνδυνο καρδιακών προβλημάτων»;

«Για μια ακόμη φορά το *show* της **Victorias Secret** μαγνήτισε τα βλέμματα των θεατών...»

«Τα καλύτερα *looks* από τις συλλογές των οίκων **Stella McCartney, Balenciaga, Valentino**...»

«Το σύνολο των μονάδων παραγωγής» στην Γαλλία αρωμάτων και καλλυντικών των οίκων **Christian Dior, Guerlain** και **Givenchy** θα κινητοποιηθούν ήδη από αύριο...»;

«Εκπρόσωπος δημοσίων σχέσεων της **Chanel** στη Σεούλ δήλωσε ότι η εταιρία αύξησε τις τιμές στη γαλλική αγορά την Δευτέρα»;

Слова на позначення понять індустрії моди: *plus size* μοντέλο, *Macrame Feathers, trend, bohemian, Keto diet, Βιταμίνες, κάστινγκ, μοντέλο, μπικίνι, bodybuilder, σκούτ, fashion show, fashion, glitter, brands, looks, λουκ*;

«**Keto diet:** Όλα όσα πρέπει να ξέρεις πριν τη δοκιμάσεις...»;

«Τα καλύτερα *looks* από τις συλλογές των οίκων **Stella McCartney, Balenciaga, Valentino**...»

«Τα δυο «μεγαθήρια» της *La Liga* παραμένουν στην κορυφή των **brands** σε οικονομικό επίπεδο...»;

«Η απίθανη αλλαγή στο **λουκ** της Ιωάννας Μαλέσκου»;

«...θα φορέσουν και πάλι τα γεμάτα **glitter** φτερά τους...»

«Λίγες μόνο μέρες έμειναν μέχρι το επικείμενο **fashion show** των εσωρούχων «*Victoria's Secret*»...»;

«**Macrame Feathers**: το νέο **trend** στην **bohemian** διακόσμηση»;

«**GNTM**: Ο πρώτος άντρας **plus size** μοντέλο που πέρασε από **κάστινγκ Germany's Next Topmodel**»;

«Το νεαρό **μοντέλο** σε πρόσφατη απόδρασή της με την αδελφή της και την παρέα τους απόλαυσε τον ήλιο και τη θάλασσα με σκάφος ενώ δημοσίευσε φωτογραφίες με ένα χρυσό **μπικίνι**»;

«**Βιταμίνες**: Η σωστή διαχείριση φρούτων & λαχανικών για να μην καταστρέφονται»;

Назви нагород та премій іноземних держав: Όσκαρ, Oscars, British Fashion Awards;

«Η ταινία πήγε πολύ καλά εμπορικά και τελικά κατάφερε να αποσπάσει το **Όσκαρ** καλύτερης ταινίας, καλύτερου σεναρίου και μοντάζ»;

«Αν το *Met Gala* είναι τα «**Oscars** της μόδας», τότε χθες το βράδυ στο *The Royal Albert Hall* του Λονδίνου πραγματοποιήθηκαν οι «Χρυσές Σφαίρες» του *fashion* κόσμου, δηλαδή τα Βρετανικά Βραβεία Μόδας (aka **British Fashion Awards 2019**)»;

Слова на позначення понять політичної сфери: επικές ατάκες, Brexit;

«Μετά από 47 χρόνια κοινής πορείας και σχεδόν τέσσερα χρόνια μετά το δημοψήφισμα για το **Brexit**, η Βρετανία αποχώρησε τα μεσάνυχτα της Παρασκευής από την Ευρωπαϊκή Ένωση»;

«Επίσης, στον εξωτερικό χώρο υπάρχει **ISOBOX** υποδοχής και εξέτασης ύποπτων περιστατικών **COVID-19**»;

«**Κορονοϊός - «Καμπανάκι» ΠΟΥ: Πάνω από 230.000 κρούσματα παγκοσμίως σε 24 ώρες**»;

Слова на позначення понять медичної сфери: Κορονοϊός, Covid-19;

«Η πανδημία θα φέρει -ήδη το έχει κάνει, σε νομοθετικό επίπεδο- νέες προκλήσεις και για τους δικαστές που θα κληθούν να αποφανθούν για το δίκαιο του **Covid-19**»;

«**Κορονοϊός** - Νέα επιστημονική μελέτη: Ανέφικτη η «ανοσία της αγέλης»»;

Слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: *video, viral, twitter, ρεκόρ, Instagram, spoiler, showbiz, κάμερες, την tv, After work bliss, trend στην bohemian, «King Kong Barbie», display banner, pop-up window, streaming, spoiler Facebook*;

«Αντ' αυτού, η ιστοσελίδα εμφανίζεται απευθείας στην οθόνη του κινητού ως αναδυόμενο παράθυρο (**pop-up window**) ή ως **display banner**..»;

«Με επωνυμία «**AIR cinema**», η φουσκωτή δομή θέλει να προσφέρει στους φίλους της έβδομης τέχνης μια παραδοσιακή εμπειρία απόλαυσης ταινίας στην εποχή του ψηφιακού **streaming**»;

«...ο οποίος έσπασε το κρανίο ενός γνωστού του επειδή δεν δέχτηκε το αίτημά φιλίας που το έκανε στο **Facebook**»;

«Μετά το **spoiler** του Τόλλια για το μέλλον της σχέσης του με την Παγώνα, ήρθε ένα ακόμη και είναι αναπάντεχο!»;

«Όσοι είδαν το πτερύγιο να κολυμπά κατά πάνω τους κολύπησαν αστραπιαία στην παραλία ενώ στο **video** που έγινε **viral** μέσα από το **twitter**, κόσμος ακούγεται να ουρλιάζει»;

«Ο Γρηγόρης Γκουντάρας και η Ναταλί Κάκκαβα είναι αναμφισβήτητα ένα από τα πιο ερωτευμένα ζευγάρια της ελληνικής **showbiz** και δεν κρύβουν τον έρωτά τους, ούτε όταν βρίσκονται μπροστά στις κάμερες»;

Слова на позначення понять наукової та технічної сфер: *H2O2, Candidiasis, κάντιντα (Candida), σε 230 ml, on air, μποφόρ, Public Investment Fund*;

«Παράγουν υπεροξείδιο του υδρογόνου (**H2O2**)»;

«Τις ονομάζουμε καντιντιάσεις, γιατί οι μύκητες, που είναι συνήθως υπεύθυνοι για τις φλεγμονές αυτές ανήκουν στο γένος **κάντιντα (Candida)**»;

«Μεταβλητοί 3 με 4 και στο Ιόνιο βόρειοι βορειοδυτικοί 5 με 6 **μποφόρ**»;

Інша тематика: *CDC, CNNi, GNTM, τζαμί, M.Sc., Ph.D., University College London (UCL), ISOBOX, ντους, σοκολάτα, το GNTM, καφές, LDL, golden hour*

ραντεβού, μπαλκόνι, λούνα παρκ, AIR cinema, skate rollers, σε *Super League 2*, *Football League*, *Onsports*, της *tora Wallet*, μοντάζ;

«Μαγίντ μπιν Αμπντουλάχ Αλ Κασάμπι και ακολούθως με τον Διοικητή του **Public Investment Fund (PIF)** Γιασίρ Αλ-Ρουμαγιάν»;

«...τελικά κατάφερε να αποσπάσει το Όσκαρ καλύτερης ταινίας, καλύτερου σεναρίου και μοντάζ...»;

«Ο γλυκόπικρος συνδυασμός του φόβου και της αδρεναλίνης που κάνει το στομάχι σου να φτερουγίζει, καθώς περιμένεις να επιβιβαστείς σε ένα τρενάκι του λούνα παρκ»;

«Όπως εξηγεί και η Ευσταθία Παπαδά Διαιτολόγος-Διατροφολόγος, **M.Sc., Ph.D. (Cand)** Πτυχιούχος Χαροκοπείου Πανεπιστημίου & **University College London (UCL)**»;

«Η χώρα μας έσπασε ένα παγκόσμιο ρεκόρ»;

«Το ευρωπαϊκό **CDC** (Κέντρο Ελέγχου Νοσημάτων) δήλωσε στο **CNNi(international chanel)** ότι η έρευνα στην Ισπανία»;

«Έρχεται νομοσχέδιο για... πατίνια και **skate rollers** – Τι θα προβλέπει»;

«Με κρίσιμες αναμετρήσεις συνεχίζεται η δράση σε **Super League 2**, **Football League** και Γ' Εθνική και το **Onsports** θα σας μεταφέρει την εξέλιξη όλων των αγώνων»;

«Η υπηρεσία πληρωμών είναι διαθέσιμη μέσω της **tora Wallet**, θυγατρικής εταιρείας του ομίλου **ΟΠΑΠ**»;

«**After work bliss**: Έτσι θα οργανώσεις το απόλυτο **golden hour ραντεβού** με τις φίλες στο μπαλκόνι»;

«**ТО ВІСНА**» (раніше мала назву 'Елеутерон Вїма) – газета, що видається в Афінах компанією Alter Ego Media Company SA..

Імена зарубіжних знаменитостей: *Adrian Tomine*

«Στο εξώφυλλο αυτής της εβδομάδας με τίτλο «αγάπα τη ζωή», το οποίο υπογράφει ο σκιτσογράφος **Adrian Tomine**...»

Назви відомих міжнародних компаній та брендів: *Chanel, Givenchy, Balenciaga, Victoria's Secret*

«...όπως ίσως μαρτυράει και ο τίτλος του, είναι αφιερωμένο στο κλασικό πλέον τουϊντ σακάκι της **Chanel**»;

«...που είναι το όνομα της ροζ σειράς εσωρούχων της **Victoria's Secret**...»;

«Η Νταϊάνα Βρίλαντ έλεγε ότι όταν φοράς **Balenciaga** είσαι «η πιο λαμπερή γυναίκα στην ομήγυρη...»;

«δημιουργικός διευθυντής του γαλλικού οίκου μόδας **Givenchy**, Ρικάρντο Τίσκι, σχεδίασε τα εντυπωσιακά κοστούμια της παράστασης μπαλέτου «**Boléro**»»;

Слова на позначення поняття індустрії моди: *brand, топ μόντελ;*

«ΝΔ: Αμετάκλητα κατοχυρωμένο στον ΣΥΡΙΖΑ το **brand** της πολιτικής απάτης...»;

«20 πλουσιότερα **τοπ μόντελ** Υπάρχουν δύο βασικοί τρόποι για να γίνει μια όμορφη γυναίκα πλούσια»;

Слова на позначення поняття медичної сфери: *Covid-19, SARS-CoV-2;*

«Ερευνητές στις ΗΠΑ ανακοίνωσαν ότι δημιούργησαν ένα αποτελεσματικό φίλτρο αέρα, το οποίο μπορεί να παγιδεύσει και να καταστρέψει αμέσως τον νέο **κοροναϊό SARS-CoV-2** που προκαλεί τη νόσο **Covid-19**»;

Слова на позначення поняття політичної сфери: *διαβόητο σκάνδαλο Cambridge Analytica, ΗΠΑ, fake news, βέτο, NATO, exit poll, Brexit;*

«Τα 18 **fake news** από τον Έβρο, τα νησιά του Αιγαίου και την Τουρκία»;

«**Brexit**: Επιταχύνονται οι διαπραγματεύσεις για συμφωνία...»

«Ο Στέλιος Πέτσας ομολόγησε πως ήταν πέτσινο το ελληνικό **βέτο** κατά της Τουρκίας στο **NATO**»;

«Στηριζόμενοι στα αποτελέσματα των **exit poll**, μιλάμε για τεράστια νίκη για το κόμμα Λικούντ και τον πρωθυπουργό Νετανιάχου» ήταν το **tweet** που έστειλε ο Γιούλι Εντελστάιν»;

Слова на позначення поняття мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: *Twitter, Viber, Facebook, τα Facebook Connect, social media, Facebook SDK και GIPHY, software development kit, Giphy, tweet, βίντεο, Instagram;*

«Στηριζόμενοι στα αποτελέσματα των **exit poll**, μιλάμε για τεράστια νίκη για το κόμμα Λικούντ και τον πρωθυπουργό Νετανιάχου» ήταν το **tweet** που έστειλε ο Γιούλι Εντελστάιν»;

«Η Πρόεδρος της Δημοκρατίας απέκτησε **Instagram**»;

«Η εφαρμογή θα αφαιρέσει τα **Facebook Connect, Facebook SDK** και **GIPHY**, αλλά και θα διακόψει κάθε διαφημιστική δαπάνη στην πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, δίνοντας περαιτέρω ώθηση στο κίνημα **#StopHateForProfit** που καλεί σε **μποϊκοτάρισμα** του εν λόγω γίγαντα της τεχνολογίας»;

«Εντυπωσιακό **βίντεο** της **NASA**: 10 χρόνια ηλιακής δραστηριότητας σε μία ώρα...»;

«Η Ελλάδα άνοιξε τα σύνορα (τούρκικοι λογαριασμοί **social media**)»

Слова на позначення поняття наукової та технічної сфер: το πακέτο, φίλτρο, βίντεο της **NASA**, **Gigabytes**, **SDO**, η **Anti-Defamation League** και ο **NAACP**, γονίδιο των **Νεάντερταλ**, **Solar Orbiter**, ουρά του κομήτη **Atlas**, το αμερικανικό σκάφος **Parker Solar Probe**, **To multitasking**, **CHI**;

«Τα 20 εκατομμύρια **Gigabytes** φωτογραφικών δεδομένων...»;

«Εντυπωσιακό βίντεο της **NASA**: 10 χρόνια ηλιακής δραστηριότητας σε μία ώρα...»;

«Αν και το **SDO** κοίταζε ασταμάτητα τον ήλιο, υπήρξαν ορισμένες στιγμές που έχασε», σημείωσε ο οργανισμός»;

«Εν μέσω των διαμαρτυριών που ξέσπασαν σε όλες τις ΗΠΑ τις περασμένες εβδομάδες, μια ομάδα έξι οργανισμών, μεταξύ των οποίων η **Anti-Defamation League** και ο **NAACP**»;

«Το **Solar Orbiter**, το οποίο εκτοξεύτηκε φέτος το Φεβρουάριο με προορισμό να τεθεί σε τροχιά γύρω από τον Ήλιο και να τον μελετήσει, σε συνδυασμό με το αμερικανικό σκάφος **Parker Solar Probe**»;

«Μια στις τρεις Ευρωπαίες φέρει «γόνιμο» γονίδιο των **Νεάντερταλ**»;

«Το **multitasking** βλάπτει σοβαρά την... ψυχική υγεία»;

«Σύμφωνα με νέα έρευνα, τα αποτελέσματα της οποίας ανακοινώθηκαν στο συνέδριο **CHI** που διοργανώθηκε στη Χαβάη»

Назви нагород та премій іноземних держав: **Оскар, Oscar, British Fashion Awards**;

«**Оскар 2020**: Η Νότιος Κορέα γράφει Ιστορία»;

«Σύμφωνα με το δημοσιογράφο, η «πίτα» των **Oscar** θα μοιραστεί...»;

«Μεγάλη νικήτρια των φετινών **British Fashion Awards** ήταν η Στέλλα ΜακΚάρτνεϊ...»;

Назви міжнародних публіцистичних видань: *New Yorker*;

«Κορωνοϊός : Το συγκλονιστικό εξώφυλλο του περιοδικού «**New Yorker**» για τη ζωή εν μέσω πανδημίας...»

Інша тематика: *WWF, ESA, Βρετανικού Μουσείου, φεστιβάλ Βερολίνου, selfies, Πινόκιο*;

«70ό φεστιβάλ Βερολίνου: Η «ανάσταση» του **Πινόκιο**»

«Αν ζούσε σήμερα ο *Balenciaga* θα του άρεσαν **οι selfies**...»;

«**WWF**: 17 μέτρα για τη μείωση των πλαστικών απορριμμάτων»;

«**ESA**: Το σκάφος **Solar Orbiter** ετοιμάζεται να περάσει μέσα από την ουρά του κομήτη **Atlas**»;

«**ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**» - газета, що видається в Салоніках. Містить у собі новини з усієї Греції та світу.

Імена зарубіжних знаменитостей: *Charles Michel, Φωτεινής Δάρρα*;

«Πάγια θέση της Ελλάδας, κάτι που επανέλαβε ο Πρωθυπουργός κ. Κυριάκος Μητσοτάκης στον **Charles Michel**...»;

«Θεσσαλονίκη: Κερδίστε διπλές προσκλήσεις για το live της **Φωτεινής Δάρρα**»;

Відомі міжнародні компанії та бренди: *Givenchy, Armani, Dior*;

«Έφυγε» ο διάσημος σχεδιαστής μόδας **Givenchy**...»;

«Κατρούγκαλος: Γραβάτα φοράει και το «μπλοκάκι» και δικηγόροι με **Armani** και **Dior**»;

Назви нагород та премій іноземних держав: *Όσκαρ, OSCAR*;

«Πώς Έλληνες δημιουργοί θα στείλουν ταινία τους να διεκδικήσει **Όσκαρ**»;

«...το οποίο θα εκπροσωπήσει την Ελλάδα στην 92η διοργάνωση βραβείων **OSCAR**...»;

Слова на позначення понять політичної сфери: *Unesco, lock down*;

«Πρέπει να υπάρξει πρωτοβουλία της **Unesco** και των Ηνωμένων Εθνών όχι μόνο της Ελλάδας»;

Слова на позначення понять медичної сфери: *Κορωνοϊός, στην каранτίνα, covid-19*;

«**Κορωνοϊός**: Πρώτη στον χάρτη με 8 νέα κρούσματα η Θεσσαλονίκη»;

«Θεσσαλονίκη: Γραμμή ψυχολογικής υποστήριξης κατά του **covid-19**»;

«..διαδικτυακή *performance* που γεννήθηκε **στην καραντίνα...**»;

«Χαλκιδική: «Θύμα» του **κορωνοϊού** και το *Sani Festival*»;

Слова на позначення поняття індустрії моди: *brand*, *νέο look*, *μόδας*, *fashion week*, *στυλ*;

«Ενίσχυση του **brand** της Ελλάδας ως ασφαλούς προορισμού»;

«Το **νέο look** του Γουίλ Φόρτε: Τσακωμένος με το ζύρισμα κατά 50%»;

«Η σχεδιάστρια **μόδας** *Athina Korda* στο **fashion week** του Κιέβου»;

«Γιατί και τα ζώα έχουν **στυλ!**»;

Слова на позначення поняття мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: *online*, *Messenger*, *WhatsApp*, *Live Chat* και *Click2Call*, πλατφόρμες *socialmedia*: *Facebook*, *LinkedIn*, *Instagram* και *Twitter*, *live* της Φωτεινής Δάρρα, *Σινεμά*, *zoom*, *λινκ*, *stand up* κωμικός;

«Οι ταινίες θα είναι διαθέσιμες ελεύθερα **online** στο **youtube** κανάλι του Φεστιβάλ»

«Το **λινκ** είναι...»;

«Και προτείνει την **χρήση voucher**, αντί της επιστροφής μετρητών για την εκάστοτε ακυρωθείσα ή αναβληθείσα εκδήλωση»;

«Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην επίσημη ιστοσελίδα της ZeniΘ, καθώς και σε όλες τις πλατφόρμες **socialmedia**: **Facebook**, **LinkedIn**, **Instagram** και **Twitter**»;

«...θα υπάρξει ενημέρωση σε ξεχωριστή ανάρτηση στην σελίδα του **φεστιβάλ** στο **facebook**...»;

«Θεσσαλονίκη: Κερδίστε διπλές προσκλήσεις για το **live** της Φωτεινής Δάρρα»;

Слова на позначення поняття наукової та технічної сфер: *Unesco*; *Microsoft*, *Data Center*, *end-to-end* κρυπτογράφηση, *laptop* της σειράς *XPS*, *Infinity Edge*, *панέμορφο design*, *NASA*;

«Ερώτηση για την προστασία του δάσους στο Σείχ Σου να διευκολυνθούν τα καταστροφικά για το περιβάλλον σχέδια του αυτοκινητόδρομου **flyover**, είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα»;

Слова на позначення понять гастрономічної сфери: *Sani Festival, SoulFood Thessaloniki, event, craft, gourmet* μενού, *Καρπάτσιο, γκρέιβι και κράνμπερεις, πίτσα, burger*;

«Η δημιουργική ομάδα του **SoulFood Thessaloniki**...»;

«...σε ένα τριήμερο event απόλυτης **craft** γευσιγνωσίας που διοργανώνεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα!»;

«...κατά την είσοδο τους στο χώρο του **Festival**...»;

«...τα βήματα της στο χώρο της **Craft** (χειροποίητη) **μπίρας**...»;

«Απολαύστε το Χριστουγεννιάτικο **gourmet μενού** του Σωτήρη Ευαγγέλου...»;

«**Καρπάτσιο** (ιταλική *carpaccio*) από άγριο λαβράκι και **ντουέτο** (*Duetto*) από αυγοτάραχο...»;

«Πατροπαράδοτη γεμιστή γαλοπούλα της Αμερικάνικης Γεωργικής Σχολής με αυθεντικό **γκρέιβι** και **κράνμπερεις**...»;

«Στον πεζόδρομο για ιταλική πίτσα, **burger** και άφθονο κρασί!»;

Інша тематика: *chef, τζίρους, lock down, flyover, MME* όπως οι *New York Times, Lonely Planet, Daily Mail, Travel & Leisure*, σχολικά τεστ, σινεμά, Φεστιβάλ;

«Σύμφωνα με την υφυπουργό, εξετάζονται εναλλακτικές λύσεις όπως ο βαθμός τετραμήνου και τα **σχολικά τεστ**»;

«Το πρώτο υποβρύχιο μουσείο της Ελλάδας "ανοίγει" στην Αλόνησο ενώ έχει παρουσιαστεί από κορυφαία διεθνή **MME** όπως οι *New York Times, Lonely Planet, Daily Mail, Travel & Leisure* κ.ά.»;

«Σινεμά με Θέα: Το αγαπημένο μας θερινό **σινεμά** επιστρέφει!»;

«Αναβάλλεται για το 2021 το **Φεστιβάλ Πόζαρ**...»;

«**ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ**» - щоденна, політична, ранкова газета, що видається у Салоніках і виходить у Північній Греції та Фессалії по буднях, а також по всій Греції щонеділі.

Відомі міжнародні компанії та бренди: *boutique Louis Vuitton, Chanel, Balenciaga*;

«...μετά την έναρξη της νέας **boutique Louis Vuitton** στην πόλη της Ιαπωνίας την 1η Φεβρουαρίου...»;

«Ο Οίκος **Balenciaga** σχεδιάζει υποδήματα για την... κλιματική αλλαγή...»

«Όλες τις αρωματικές δημιουργίες και τις συλλογές καλλυντικών της **Chanel** παρουσιάζει από τις 15 Νοεμβρίου το pop-up store...»

Імена зарубіжних знаменитостей: οι *Beatles*, *Giorgio Armani*;

«Μετά από ένα μυστηριώδες γενικό *blackout*, ο Τζακ ανακαλύπτει ότι οι **Beatles** δεν υπήρξαν ποτέ...!»;

«Ο Ιταλός σχεδιαστής μόδας, **Giorgio Armani** δώρισε το χρηματικό ποσό των 1,2 εκατ. ευρώ σε τέσσερα νοσοκομεία...»

Назви нагород та премій іноземних держав:: Βραβεία *Grammy*, βραβείου *Album of the Year*, Όσκαρ, *OSCAR*;

«...το ντουέτο κέρδισε έξι **Βραβεία Grammy**, συμπεριλαμβανομένου και του βραβείου *Album of the Year*...»;

«μας προσκαλεί στην πιο σπουδαία νύχτα της κινηματογραφικής σεζόν, την 92η τελετή απονομής των βραβείων **OSCAR**»;

«...έγραψε στο *Twitter* ο σκηνοθέτης Γιαν Χρέμπεϊκ που ήταν υποψήφιος για **Όσκαρ** το 2002 για την ταινία του "*Divided We Fall*"»;

Слова на позначення понять політичної сфери: *Brexit*;

«Οι δύο πλευρές προσπαθούν να καταλήξουν σε μια εμπορική συμφωνία για να αποφευχθεί ένα ταραχώδες φινάλε στην πενταετή κρίση του **Brexit**»;

Слова на позначення понять медичної сфери: *COVID*, *Κορωνοϊός*, στην *καραντίνα*;

«Επίσης, στον εξωτερικό χώρο υπάρχει *ISOBOX* υποδοχής και εξέτασης ύποπτων περιστατικών **COVID-19**...»;

Слова на позначення понять індустрії моди: νέα *looks*;

«...η σειρά έχει εξελιχθεί εισάγοντας 170+ νέα *looks*...»;

Слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: *twitter*, *shop in a shop*, των *e-shops*, στο *Instagram @BarbieStyle*, *like*, στο βρετανικό τηλεοπτικό δίκτυο *BBC*, *blog*, *site*, *album*, *live streaming*;

«Ειδικότερα, όπως ανήρτησε στο **twitter** ο υπουργός...»;

«...που λειτουργούν με συμφωνίες συνεργασίας όλων των καταστημάτων λιανικού εμπορίου τύπου «κατάστημα εντός καταστήματος» (σ.σ. **shop in a shop**)...»;

«...είναι δύσκολο να βρεις διαθέσιμη γραμμή στα τηλέφωνα παραγγελιών των *e-shops...*»;

«Πέρσι, αναρτήθηκε στη σελίδα της *Barbie* στο *Instagram @BarbieStyle*, το πρωτότυπο της κούκλας και έγινε το *post* με τα περισσότερα *like* της σελίδας»;

«...στο βρετανικό τηλεοπτικό δίκτυο *BBC...*»;

«Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στο *site* «το Σινέ Άλσος»;

«...στη *λίστα* των *spotters* του *blog* με βάση τον προορισμό, το πρόγραμμα καθώς και την εξαιρετική ποιότητα εικόνας και ήχου που προσφέρουν»;

Слова на позначення понять наукової та технічної сфер: *Microsoft, Cloud, Data Centers*;

«...ότι αυτό είναι κάτι που ενδιαφέρει την *Microsoft* η οποία επενδύει σε αυτού του είδους...»;

«Με το *Cloud* ζέχνα τα τοπικά μέσα αποθήκευσης...»

Інша тематика: της *Interview, Aegean Airlines, Alpha Bank, τζίρους, New York Times, της Νέας Υόρκης, ντουέτο, Insel der Jugend, Spoutnik, Hafenkino, Autocine, Mare Culturale Urbano, ISOBOX, blackout, ρεπόρτερ, γκαλερί, μάσκα, στο καφέ – μπαρ, Aegean Airlines, pop-up store*;

«Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της *Interview...*»;

«Όλες τις αρωματικές δημιουργίες και τις συλλογές καλλυντικών της *Chanel* παρουσιάζει από τις 15 Νοεμβρίου το *pop-up store...*»

«Μετά από ένα μυστηριώδες γενικό *blackout*, ο Τζακ ανακαλύπτει ότι οι *Beatles* δεν υπήρξαν ποτέ...!»;

«Επίσης, στον εξωτερικό χώρο υπάρχει *ISOBOX* υποδοχής και εξέτασης ύποπτων περιστατικών *COVID-19...*»;

«...δεν έχει το αντίστοιχο αντίκτυπο και στους *τζίρους* τους...»;

«...οι μετοχές των *ΕΛΠΕ*, του *ΟΠΑΠ* και της *Aegean Airlines*, ενώ πίεςτηκαν οι μετοχές του *ΟΤΕ*, της *Eurobank* και της *Alpha Bank...*»

«Σύμφωνα με το δημοσίευμα της *New York Times...*»;

«...ίδρυμα της Πολιτείας της *Νέας Υόρκης...*»;

«*Ρεπόρτερ* στη ζωή, στιχουργός στην ψυχή!»;

«...ενώ η παράκλησή της είναι το κοινό που θα το επισκέπτεται να φοράει *μάσκες*»;

«... που έγινε η αφορμή να πραγματοποιηθεί αυτή η συλλογή θα εκτεθεί μαζί με κάποια άλλα στο καφέ – μπαρ «Pikar»»;

Як можна побачити, переважна кількість запозичених слів – це англіцизми, рідше зустрічаються слова з французької, італійської, турецької та німецької мов. У процентному відношенні переважають слова, які записуються латиницею, порівняно з невеликим відсотком варваризмів, що на письмі передаються грецькою графікою.

Проаналізувавши близька 600 статей таких новогрецьких публіцистичних видань, як: «TO BHMA», «VOGUE GREECE», «ATHENS VOICE», «NEWSBOMB», «MAKEDONIA» та «ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ» та зробивши аналіз кількості вжитих варваризмів за тематичними категоріями (при цьому не враховуючи частотність використання одних і тих самих варваризмів), маємо такі показники:

«VOGUE GREECE»:

- назви імен зарубіжних знаменитостей: **46**
- назви відомих міжнародних компаній та брендів: **9**
- назви нагород та премій іноземних держав: **3**
- назви публіцистичних видань: **1**
- кіноіндустрія: **10**
- слова на позначення понять індустрії моди: **51**
- слова на позначення понять індустрії краси: **33**
- слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: **20**
- слова на позначення понять політичної сфери: **3**
- слова на позначення понять медичної сфер: **2**
- слова на позначення понять наукової та технічної сфер: **2**
- інша тематика: **19**

«ATHENS VOICE»:

- назви відомих міжнародних компаній та брендів: **16**
- назви імен зарубіжних знаменитостей: **34**

- слова на позначення понять індустрії моди: **53**
 - слова на позначення понять індустрії краси: **14**
 - слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: **16**
 - слова на позначення понять політичної сфери: **1**
 - слова на позначення понять медичної сфер: **1**
 - інша тематика: **21**
- «NEWSBOMB»:**
- назви імен зарубіжних знаменитостей: **16**
 - назви відомих міжнародних компаній та брендів: **10**
 - слова на позначення понять індустрії моди: **15**
 - назви публіцистичних видань: **3**
 - слова на позначення понять політичної сфери: **1**
 - слова на позначення понять медичної сфер: **2**
 - слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: **18**
 - слова на позначення понять наукової та технічної сфер: **7**
 - інша тематика: **20**
- «ТО ВНМА»:**
- назви імен зарубіжних знаменитостей: **1**
 - назви відомих міжнародних компаній та брендів: **4**
 - слова на позначення понять індустрії моди: **2**
 - слова на позначення понять політичної сфери: **7**
 - слова на позначення понять медичної сфер: **2**
 - слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: **11**
 - слова на позначення понять наукової та технічної сфер: **12**
 - назви нагород та премій іноземних держав: **3**
 - назви публіцистичних видань: **1**
 - інша тематика: **6**

«ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ»:

- назви імен зарубіжних знаменитостей: **2**
- назви відомих міжнародних компаній та брендів: **3**
- назви нагород та премій іноземних держав: **3**
- слова на позначення понять політичної сфери: **2**
- слова на позначення понять медичної сфер: **2**
- слова на позначення понять індустрії моди: **5**
- слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: **14**
- слова на позначення понять наукової та технічної сфер: **8**
- слова на позначення понять гастрономічної сфери: **9**
- інша тематика: **11**

«ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ»:

- назви відомих міжнародних компаній та брендів: **3**
- назви імен зарубіжних знаменитостей: **2**
- назви публіцистичних видань: **1**
- назви нагород та премій іноземних держав: **4**
- слова на позначення понять політичної сфери:
- слова на позначення понять медичної сфер: **3**
- слова на позначення понять індустрії моди: **1**
- слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації: **10**
- слова на позначення понять наукової та технічної сфер: **3**
- інша тематика: **18**

Здійснене дослідження дає підстави зробити висновок, що сторінки періодичних видань, таких як «**VOGUE GREECE**» (видання про моду та сучасний спосіб життя) та «**ATHENS VOICE**» (таблоїд, що містить, зокрема, рубрики про моду, красу, зірок шоу-бізнесу та сучасний спосіб життя) активно послуговується варваризмами, переважно англійського та французького походження у зв'язку з тим, що вони зосереджені на темах

моди та індустрії краси, підкріплюючи свої статті інформацією з популярних соціальних мереж та сторінок відомих людей. Цікаво, що такі видання як «NEWSBOMB» (видання, що містить рубрики про економіку, медицину та спорт), «ΤΟ ΒΗΜΑ» (видання, що містить рубрики про політику, науку, суспільство та спорт), «ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ» (видання, що містить рубрики про політику, економіку, суспільство, медицину та спорт) та «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» (видання, що містить рубрики про політику, суспільство, міжнародні новини, економіку, освіту та спорт) мають низькі показники, або зовсім не містять варваризмів стосовно цих тем, оскільки ці видання мають на меті висвітлювати політичні, економічні та міжнародні новини. Такі видання як «ΤΟ ΒΗΜΑ», «ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ» та «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» намагаються подавати матеріал офіційною мовою, передаючи, приміром, імена зарубіжних знаменитостей грецьким письмом. Результати дослідження показали, що єдина тематична група варваризмів, що міститься у всіх без виключення виданнях – це слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації.

2.2 Рівень адаптованості варваризмів до норм сучасної новогрецької мови

За останній час політичні, економічні та культурні зв'язки Греції з іноземними країнами, зокрема з англомовними, помітно розширилися. Такі процеси спричинили посилене надходження в грецьку мову як англомовної, так і лексики інших країн, з якими Греція має зв'язки. Як наслідок, виникає потреба в найменуванні грецькою мовою нових явищ, що вже існують у світовій практиці.

Складні процеси в сучасній новогрецькій лексико-семантичній системі, пов'язані з інтенсивним надходженням запозичень, переважно з англійської, але зустрічаються також з італійської, французької, німецької та турецької мов. Вони закономірно отримують неоднозначні оцінки грецьких

мовознавців: з одного боку, дослідники відзначають певне збагачення мови, наближення за допомогою асимільованих запозичень до світових досягнень у суспільно-політичній, економічній, управлінській, торговельній сферах, з іншого, – спостерігається перевантаження та засмічення грецької мови чужими лексемами (часто навіть за наявності власне грецьких відповідників).

У процесі дослідження ми помітили, що однією з найактивніших сфер залучення до грецької мови нової лексики є сфера мережі інтернет та сфера засобів масової інформації. Саме завдяки цьому до новогрецького лексичного складу потрапляє значна кількість запозичень. Особливо інтенсивно цей процес відбувається в останні десятиліття. Одним із чинників цього є більша відкритість грецького споживчого ринку товарам іноземного виробництва, які, природно, мають чужомовні (переважно – англійські) назви.

Щоденне постійне теле- та радіомовлення пропонує рекламу численних закордонних товарів, нерідко таких, для позначення яких в грецькій мові не існує слів.

Через це в грецькій мові відбувається запозичання безпосередньо з іноземної мови (зазвичай – англійської) усно-писемним шляхом, оскільки реклама та мережа інтернет найчастіше послуговується аудіовізуальним методом впливу. Як відомо, реклама має мету привернути увагу покупців, нерідко маскуючи звичайні речі, що іноді можуть мати й грецьку назву.

Проаналізувавши особливості написання іншомовних слів у сучасній грецькій періодиці, ми виділили серед них 2 основних групи:

1. Іншомовні слова, уживані переважно в латинському написанні; це або власні назви, або слова, що мають семантичні відповідники у новогрецькій мові: brand (англ.) – μάρκα, hot (англ.) – ζεστός, trend (англ.) – τάση, oversized (англ.) – υπερμεγέθης, celebrities (англ.) – διασημότητα, show (англ.) – παράσταση, focus (англ.) – εστιάζω, attrattivo (італ.) – ελκυστικός, spring/ summe (англ.) – άνοιξη καλοκαίρι, fashion (англ.) – μόδα, budget (англ.) – προϋπολογισμός, free shipping (англ.) – δωρεάν αποστολή, fun (англ.) – διασκέδαση, totally chic (англ.) – εντελώς κομψό,

tutorial (αγγλ.) – φροντιστήριο, gay (αγγλ.) – ομοφυλόφιλος, beauty standards (αγγλ.) – πρότυπα ομορφιάς, hairstylist (αγγλ.) – κουρέας, blackout (αγγλ.) – συσκότιση, live streaming (αγγλ.) – απευθείας μετάδοση, site (αγγλ.) – ιστοσελίδα, blog (αγγλ.) – ιστολόγιο. rouge (φραν.) – ρουζ, rose(φραν.) – ροζ, camagna (ιταλ.) – καμπάνια, caleçon (φραν.) – καλσόν, mat (φραν.) – ματ, kératine (φραν.) – κερατίνη.

Серед власних назв можна виділити такі семантичні категорії:

- **σлова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації:** YouTube, Instagram, Netflix; Facebook, Messenger, shadow banning στο Instagram, emoji, screengrab, Twitter, Video Vanguard στα MTV VMA, videoclip, iconic, site, στα media, action cameras, video, Sencor, show, viral, twitter, Instagram, spoiler, την tv, After work bliss, display banner, pop-up window, streaming, spoiler;
- **назви брендів та компаній:** Vogue, Chanel, Gucci, Victoria's Secret, Givenchy, Pantone, Dior, Balenciaga, Zeus+Dione Boutique, Kessarlis Boutique, Hello Kitty, Maybellin, Global Chief Marketing Officer, Hollywood, Michael Kors, Louboutins, Candlemass, Calzedoni, Alberta Ferretti, Bottega Veneta, Off White, JW Anderson, rue Cambon, double CC logo, Generation Z, American Heart Association, Reader's Digest;
- **імена зарубіжних знаменитостей:** Jullia Roberts, Marilyn Monroe, Elon Musk, Marc Jacobs, Coco Chanel, Alexander McQueen, Michelle Obama, Kate Middleton, Angelina Jolie, Ukonwa Ojo, Senior Vice President, Eleanna Katsira, Anastasios, Queen B, Rita Ora, Emilia Clarke, Naomi Campbell, Janelle Monae, Alicia Keys, Zazie Beetz, Kaia Gerber, Stelios Koudounaris, Anastasia Kessarlis, Balmain, Arizona Muse, Nikki Nelms, Bottega Veneta, Jimmy Choo, Kalogirou Boutique, Tom Ford, Jon Voight, Marcheline Bertrand, Matthew Williams, Renaud de Lesquen, Candice Huffine, Chambre Syndicale de la Haute Couture, o Jean Paul Gaultier, Chanel, Dior, Givenchy και Schiaparelli, Demna Gvasalia, Luca Guadagnino, Soleimani, Cara Delevingne, Bella Hadid, Kate Hudson, Melina Koan, Carvela, Jon Voight, Marcheline Bertrand, Renaud de Lesquen, Candice Huffine, Coco Chanel, o

Jean Paul Gaultier, Demna Gvasalia, Soleimani, Cara Delevingne, Bella Hadid, Kate Hudson, Hartwig Fischer, Gabrielle Métiers d'art, Sofia Coppola, Tommy Hilfiger, Victoria Beckham, Jean Monnet, Sonya Angelone, Macrame Feathers, Beyoncé, Rihanna, Beatles, Fade;

- **назви нагород та премій іноземних держав:** British Fashion Awards, Healthy Diet, Awards, Healthy Food Product of the Year, Social Media Awards, Grammy, Changeling του Clint Eastwood, Silver βραβείο, Best of YouTube – Communication, Food & Beverage;
 - **назв відомих міст та пам'яток:** New York, London, Buckingham Palace;
 - **назви засобів масової інформації:** Times, Vogue Greece;
 - **наука та техніка:** H2O2, Candida, 230 ml, Public Investment Fund;
 - **назви одягу:** street style, heavy-duty boots, brand, shirt dress, outfit, casual, looks, spring/ summer, oversized, στιλ bucket, vintage, η plus size κατηγορία, body positivity, look, tweed jacket, Wrap Trend, limited edition, beauty looks, underwear fashion, chic, fashion icon, outfits, body paint, black & white, puffer jacket, trends, prints, glamorous touch, denim, block heels, το tailoring, bold suit, sneakers, tailored, on-trend looks, eco-fur, boost, tonal dressing, blazer, fashion essentials, boot trend, shoe trend, sock, peep toe boots, standard, catwalk looks, shopping bags, old hollywood look, makeover, tutorial;
 - **слова на позначення понять індустрії краси:** hair stylist anastasios, styling, beauty director, neon, super stylish, millennial pink, political pink, couturier, top models, botox, glitter, highlighters, limited edition, beauty looks, graphic eyeliner, smokey eye, no make up look, hair looks, hairstylist, no make - up' look, tutorial, gloss με glitter, gel, Red Carpet beauty, accessories, foundation, beauty expert, cat-eye, smooth, chic, fashion icon, beauty standards, contouring, red bottoms;
2. Іншомовні слова, що зустрічаються як у латинському написанні, так і у написанні грецькою абеткою. Переважна більшість з них мають семантичні відповідники в новогрецькій мові: star (англ.) – σταρ/αστέρι;

cup (αηΓΛ.) – κουπ/ κούπα, party (αηΓΛ.) – πάρτι/ διασκέδαση, crayon (φραη.) – κραγιόν/μολύβι, live (αηΓΛ.) – λάιβ/φυσικός, celebrity (αηΓΛ.) – σελέμπριτι/διασημότητα, outfit (αηΓΛ.) – άουτφιτ/ενδυμασία, look (αηΓΛ.) – λουκ/όψη, nostalgie (φραη.) – νοσταλγία/νόστος, collection (φραη.) – κολεξιόν/συλλογή; video (αηΓΛ.) –βίντεο/ταινία; shock (αηΓΛ.) – σοκ/κραδασμός, replica (ιταλ.) – ρέπλικα/ αντίγραφο, style (αηΓΛ.) – στυλ/ ύφος, mode (αηΓΛ.) –μόδα/ συρμός, leopard (αηΓΛ.) –λεοπαρ /λεοπάρδαλη, top (αηΓΛ.) –τοπ/ μπλουζα, concealer (αηΓΛ.) –κονσίλερ/ αποκρύπτων, Internet (αηΓΛ.) – Ιντερνετ/Διαδίκτυο, manteau (φραη.) – μαντό/παλτό, perla (ιταλ.) – πέρλα/μαργαριτάρι, career (αηΓΛ.) –καριέρα/σταδιοδρομία, attacca (ιταλ.) – ατάκα/ επίθεση, record (αηΓΛ.) –ρεκόρ /καταγραφή, balcone (ιταλ.) – μπαλκόνι /εξώστης, veto (αηΓΛ.) –βέτο/αρνησικυρία, quarantina (ιταλ.) – καραντίνα /απομόνωση, link (αηΓΛ.) - λινκ /σύνδεσμος, groupe (φραη.) – γκρουπ/ομάδα, numero (ιταλ.) – νούμερο/ αριθμός,

Проте серед них є також такі, що не мають семантичних відповідників у новогрецькій мові: glitter (αηΓΛ.) – γκλίτερ, jeans (αηΓΛ.) – τζιν, finale (ιταλ.) – φινάλε, barre (φραη.) – μπαρ, galerie (φραη.) – γκαλερί, album (αηΓΛ.) – άλμπουμ, masque (φραη.) –μάσκα, galerie (φραη.) –γκαλερί, album (αηΓΛ.) – άλμπουμ, pop star (αηΓΛ.) –ποπ σταρ, Oscar(αηΓΛ.) – Όσκαρ, strass (φραη.) – στρας, khaki (αηΓΛ.) –χακί, futter (ηιμ.) –φούτερ, maquillage (ιταλ.) – μακιγιάζ, paltò (ιταλ.) – παλτό, carré (ιταλ.) – καρρέ, modello (ιταλ.) – μοντέλο, tatouage (φραη.) –τατουάζ, romanzi (φραη.) – ρομάντζο; balcone(ιταλ.) –μπαλκόνι, sequel (αηΓΛ.) – σίκουελ, barre (φραη.) –μπαρ, café (φραη.) – καφέ, reporter (αηΓΛ.) – ρεπόρτερ, shorts (αηΓΛ.) –σορτς, bikini (αηΓΛ.) – μπικίνι, fiocco(ιταλ.)– φιόγκος, debutto (ιταλ.)–ντεμπούτο, φόρμουλα (ιταλ.) – formula, plate-forme (φραη.)– πλατφόρμα, lista (φραη.) – λίστα, razzismo(ιταλ.) –ρατσιστής, coronavirus (αηΓΛ.) – κορονοϊός, sequel (αηΓΛ.) – σίκουελ, romanzi (ιταλ.) –ρομάντζο, montage (φραη.) – μοντάζ, replica (ιταλ.) –ρέπλικα, tweed (αηΓΛ.) – τούντ, tailleur (φραη.) – ταγιέρ costume (ιταλ.) – κοστούμι, profil (φραη.) – προφίλ, live (αηΓΛ.) –λάιβ, casting (αηΓΛ.) – κάστινγκ, squat (αηΓΛ.) – σκουότ, camera (αηΓΛ.) – κάμερα, Candidiasis (αηΓΛ.) – Καντιντίαση, beaufort (αηΓΛ.) –μποφόρ, chocolat

(фран.) – σοκολάτα, rendez-vous (фран.) – ραντεβού, luna park (англ.) – λούνα парк, racchetto (італ.) – πακέτο, filtro (італ.) – φίλτρο, Pinocchio(італ.) – Πινόκιο.

Деякі з них мають кілька варіантів передачі грецькою абеткою:

Hollywood (англ.) – Χόλλυγουντ (транслітерація)/ Χόλιγουντ (змішаний тип)/ το Χόλυγουντ (змішаний тип), New York (англ.) – Νέα Υόρκη (змішаний тип)/ Νιού Γιορκ (транслітерація), eyeliner (англ.) – αϊλάινер(змішаний тип), /άιλ-λάινер(транслітерація)/ άι λάινер(транслітерація), make up (англ.) – μέικап /μέικ-ап, douge (фран.) – ντους/ντουζ /ντουζιέρα < ντουζ + -ιέρα, μποϊκοτάρισμα (італ.) < μποϊκοτάρω + -μα < ιταλική boikottare + -ω < γαλλική boycotter < αγγλική boycott < Boycott.

Показово, що більшість варваризмів, що мають як еквіваленти в новогрецькій мові, так і варіант написання грецьким письмом, на шпальтах газетних видань все ж таки передаються переважно латиницею. Припускаємо, що їхня функція – наповнювати газетний текст певною експресією, передавати колорит чужої мови, що є престижною й модною, демонструвати наочно глобалізаційні процеси в середовищі мас-медіа.

Уживання чужомовної лексеми в новогрецькій мові завжди потребує певної адаптації до власних мовних норм. Адаптація варваризмів до норм сучасної грецької літературної мови проявляється і в їхньому узгодженні з іншими лексемами у роді, відмінку та числі. Категорія роду поділяється на дві категорії: граматичний та природний. Відтак, як зазначає Йоргос Бабіньотис у «Γραμματική Της Νέας Ελληνικής», кожен іменник мови належить до одного з трьох граматичних родів: чоловічого, жіночого або середнього. Граматичний рід і природний рід не завжди збігаються. У випадку слів чоловік (ο άνδρας), жінка (η γυναίκα) граматичний та природний рід збігаються. Проте у таких словах як дівчина (το κορίτσι), хлопчик (το αγόρι), яблуня (η μηλιά) ситуація зовсім протилежна. Перше слово, хоча і жіної статі, має граматичну категорію середнього роду. Друге слово, також відноситься до середнього роду, хоча має чоловічу стать. Третє слово, не має природної статі, проте має відношення до жіночого роду, тому що у

новогрецькій мові назви дерев і рослин, які походять від плодів або квіток, належать до жіночого роду. Рід варваризмів-іменників поділяється на декілька груп [92, с.63-64].

До першої групи належать варваризми, які отримують свій рід відповідно до якоїсь словозмінної парадигминовогрецької мови, за подібністю, наприклад: ο κεφτές, ο μουσακάς, ο κιμάς, η ντάμα, η χούντα, το ντεπόζιτο, το σκι, το τσάι, το κακάο, το βέτο та інші [92, с.65].

До другої групи відносяться ті варваризми, рід яких визначається відповідно до граматичного роду грецьких слів, що мають схожу семантику, наприклад:

- η αργκό: η γλώσσα;
- το σαγκουίνι: το πορτοκάλι;
- η σαντιγί: η κρέμα;
- η τζαζ: η μουσική;
- το γκαρσόνι: το παιδί.

Наступна група містить у собі варваризми, граматичний рід яких зберігається від слів мови, з якої вони запозичені, наприклад:

- η πλαζ – (фран.) la plage;
- η μπουτίк – (фран.) la boutique.

Остання група зафіксованих запозичень, якими є більшість варваризмів, зазвичай належать до середнього роду однини. на відміну від попередніх груп, ця категорія варваризмів не відмінюється.

Граматичний рід власних назв, має зв'язок з об'єктами, які вони позначають, наприклад:

- η Κέρκυρα (η νήσος) είναι στο Ιόνιο (το πέλαγος);
- Αγόρασε ένα Έσκορτ (ένα αυτοκίνητο).

Винятком стають запозичення, наприклад:

- Το Σάββατο (ιβρ. Shabbāth) είναι αργία;
- Το Λονδίνο (англ. London) είναι πολύ ενδιαφέρουσα πόλη [92, с.65-66].

У нашому дослідженні, ми виявили і проаналізували категорію роду артиклей, що допомагають визначити граматичний рід варваризмів, з якими вони вживаються. Наприклад: у словосполученні «...με τη beauty director της Vogue Greece», вживається артикль «τη» жіночого роду, однини, в знахідному відмінку, тому що іншомовний іменник «director» в даному випадку стосується особи жіночої статі та має грецький еквівалент – η διευθύντρια; «της» – артикль жіночого роду, однини, в родовому відмінку використано перед назвою газети «Vogue Greece», тому що гіперонім «εφημερίδα» у новогрецькій мові жіночого роду; «Πρέπει να υπάρξει πρωτοβουλία της UNESCO...» вживається артикль «της» (жіночого роду, в однині, в родовому відмінку) перед абривіатурою назви організації «UNESCO» (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), тому що гіперонім «οργάνωση» у новогрецькій мові жіночого роду; «Η υπηρεσία πληρωμών είναι διαθέσιμη μέσω της tora Wallet, θυγατρικής εταιρείας του ομίλου ΟΠΑΠ...»; вживається артикль «της» (жіночого роду, в однині, в родовому відмінку) перед назвою організації «tora Wallet», тому що гіперонім «εταιρεία» у новогрецькій мові жіночого роду; «Έχεις την πλήρη υποστήριξή μου! », σχολίασε ο ιδρυτής της Tesla ως απάντηση στα νέα» вживається артикль «της» (жіночого роду, в однині, в родовому відмінку) перед назвою компанії «Tesla», тому що гіперонім «εταιρεία» у новогрецькій мові жіночого роду; «Είναι ο εαυτός της, είναι ισχυρή και τολμηρή, ανεξάρτητα από τα ρούχα της – υποστηρίζει όλες τις αξίες που έχουμε στη M·A·C και είμαστε πολύ ενθουσιασμένοι που αυτή η συνεργασία θα πάρει επιτέλους σάρκα και οστά», δήλωσε με τη σειρά της η Ukonwa Ojo, Global Chief Marketing Officer και Senior Vice President, Global Marketing της M·A·C Cosmetics» у першому випадку використовується прийменник «σε»+артикль знахідного відмінку «την» (στη) жіночого роду, однини тому, що гіперонім «οργάνωση» у новогрецькій мові теж жіночого роду, у другому випадку використовується артикль «της» (жіночого роду, в однині, в родовому відмінку) перед назвою організації «M·A·C Cosmetics», тому що гіперонім «οργάνωση» у новогрецькій мові жіночого роду; «Αυτή η κοул όμως απαιτεί προσοχή...», вживається артикль

«η» жіночого роду, однини, називного відмінка, тому що, був вжито іменник «κουπ» – це англійський варваризм, поданий грецькою транслітерацією, відповідає грецькому слову «κουπα», який жіночого роду. На наступному прикладі, «...μία μίνι φωτογράφιση...», продемонстровано використання адаптованого варваризма з англійської мови, який в реченні виступає в ролі означення.

Виявлені випадки адаптації варваризмів, де множина утворена за парадигмою мови донора. Наприклад: «...προτείνει τα clip-in bangs...», «...αγαπημένη τάση των celebrities...», «...δυο highlighters...», «...πιο δοξασμένα catwalks στην ιστορία...», «...θα το βρεις στις ντουλάπες όλων των fashion girls του κόσμου...», «...η Vogue επιλέγει τα beauty looks που ξεχώρισαν», «...τα οποία συμβαδίζουν με τις τάσεις της σεζόν», «...εξωπραγματικά beauty standards της Ιαπωνίας για τις γυναίκες», «...με άνετα sneakers ή και αρβυλάκια Dr. Martens», «...απέσυρε από την πλατφόρμα του...», «...Ανάμεσα σ' αυτές και εγώ που δεν αποχωρίζομαι το foundation», «το κονσίλερ και τα κραγιόν της στην καθημερινή μου ρουτίνα ομορφιάς...», «...από τις ολοκληρωμένες συλλογές της Bobbi Brown», «...τα best sellers...», «...όλα τα εξωπραγματικής ομορφιάς top models αντιπροσώπευαν...», «...οι γυναίκες στα media...», «...με τα αγαπημένα των editors», «...των celebrities και των fashion lovers...», «...εμπνεύστηκε από τα jackets που φορούσε..», «Αυτά είναι τα looks των celebrities...», «Όλες οι συνταγές των Friends σε ένα βιβλίο», «Η απρόσμενη τάση της σεζόν...», «Τα 18 fake news από τον Έβρο...», «...τις πανέμορφες bodybuilders...», «...και σε όλες τις πλατφόρμες socialmedia...», «...μια πολύ δύσκολη περίοδο με μειωμένους τζίρους...», «...από κορυφαία διεθνή MME όπως οι New York Time...», «...τα βήματα της στο χώρο της Craft (χειροποίητη) μπίρας...», «..η ομοφοβία και τα βλαβερά beauty standards..», «Αυτές pretty women που περπατούν στους δρόμους...», «Άλλοτε πιστές ρέπλικες των ρούχων...», «Τα e-shops με τις καλύτερες Black Friday προσφορές σε ρούχα και αξεσουάρ...», «Για αυτές τις αξίες διακρίθηκε στα Healthy Diet Awards...», «Μέσα από δυο videos...», «Τα θρυλικά Louboutins τιμούν...», «...τα ζευγάρια της κολεξιόν...», «Ένα από τα

μεγαλύτερα και πιο δοξασμένα catwalks ...», «...έγινε το post με τα περισσότερα likes της σελίδας...».

У нашій роботі ми проаналізували варваризми за написанням у 6 новогрецьких публіцистичних виданнях, маємо такі результати:

Періодичне видання «**VOGUE GREECE**» загалом містить 198 одиниць варваризмів, де з них латиницею передано 160 одиниць, а грецьким письмом – 38. Серед усіх варваризмів зафіксованими у словниках «Λεξικό της κοινής νεοελληνικής» Маноліса Τριανταφίλλιδισα, «Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας» Йоргоса Βαμβίνηςотиса виявилось 28 одиниці. Більшість серед зафіксованих варваризмів має середній рід та форму однини, лише слово *κολεξιόν* має жіночий рід. Усі вони не відмінюються.

Періодичне видання «**ATHENS VOICE**» загалом містить 156 одиниць варваризмів, де з них латиницею передано 138, а грецьким письмом – 18. Кількість зафіксованих у словниках «Λεξικό της κοινής νεοελληνικής» Маноліса Τριανταφίλλιδισα, «Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας» Йоргоса Βαμβίνηςотиса становить 11. Більшість серед зафіксованих варваризмів має середній рід та форму однини, не відмінюються.

Періодичне видання «**NEWSBOMB**» загалом містить 92 одиниць варваризмів, де з них латиницею передано 73 одиниць, а грецьким письмом – 19. Серед усіх виявлених варваризмів зафіксованими у словниках «Λεξικό της κοινής νεοελληνικής» Маноліса Τριανταφίλλιδισα, «Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας» Йоргоса Βαμβίνηςотиса виявилось 9 одиниць. Більшість серед зафіксованих варваризмів має середній рід та форму однини, не відмінюються.

Періодичне видання «**TO BHEMA**» загалом містить 49 одиниць варваризмів, де з них латиницею передано 38 одиниць, а грецьким письмом – 11. Серед усіх виявлених варваризмів зафіксованими у словниках «Λεξικό της κοινής νεοελληνικής» Маноліса Τριανταφίλλιδισα, «Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας» Йоргоса Βαμβίνηςотиса виявилось 6 одиниць. Усі зафіксовані варваризми мають середній рід та форму однини.

Періодичне видання «**ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**» загалом містить 59 одиниць варваризмів, де з них латиницею передано 45 одиниць, а грецьким письмом – 13. Серед усіх виявлених варваризмів зафіксованими у словниках «Λεξικό της κοινής νεοελληνικής» Маноліса Τριανταφίλλιδіса, «Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας» Йоргоса Βαμβίνης-Отіса виявилось 6 одиниць. Більшість серед зафіксованих варваризмів має середній рід та форму однини, не відмінюються.

Періодичне видання «**ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ**» загалом містить 44 одиниць варваризмів, де з них латиницею передано 36 одиниць, а грецьким письмом – 8. Серед усіх виявлених варваризмів зафіксованими у словниках «Λεξικό της κοινής νεοελληνικής» Маноліса Τριανταφίλλιδіса, «Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας» Йоргоса Βαμβίνης-Отіса виявилось 4 одиниць. Більшість серед зафіксованих варваризмів має середній рід та форму однини, не відмінюються.

У процесі дослідження ми виявили низку слів, яка вже вийшла за рамки визначення «варваризм», через те, що ці іншомовні слова вже адаптовані до норм грецької мови (мають рід, число та відмінок). Наприклад: *μόδα, πέρλα, σεζόν, κερατίνη, λίστα* та *πλατφόρμα* («**VOGUE GREECE**»); *ρέπλικα, μάρκα* та *καριέρα* («**ATHENS VOICE**»); *ατάκα, σοκολάτα, κάμερα* та *Βιταμίνα* («**NEWSBOMB**»); *καραντίνα, μόδας* та *πλατφόρμα* («**ΤΟ ΒΗΜΑ**»); *καραντίνα* та *πίτσα* («**ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**»); *καραντίνα* та *μάσκα* («**ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ**»).

ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ

Отже, сучасне новогрецьке газетне мовлення активно послуговується запозиченнями, переважно англо-американського походження, що зумовлено глобалізацією, співпрацею з іноземними державами, демократичними процесами в суспільстві, гонитвою за модою тощо.

Зробивши огляд варваризмів, якими пестріє новогрецька публіцистика, ми згрупували їх у дві головні категорії. До першої категорії ми віднесли низку варваризмів частина якої передається лише латиницею, внаслідок розповсюдження моди на іноземні слова та для задоволення деяких потреб у спілкуванні, наприклад: brand (англ.) – μάρκα, hot (англ.) – ζεστός, trend (англ.) – τάση тощо. До другої – ті слова, більшість з яких мають подвійне написання, як латиницею, так і грецьким письмом, наприклад: star (англ.) – σταρ/αστέρι; cup (англ.) – κουπ/κούπα, party (англ.) – πάρτι/ διασκέδαση тощо. До підгрупи ми віднесли низку слів, яка має варіативність у написанні, на кшталт Hollywood (англ.) – Χόλλυγουντ (транслітерація)/ Χόλιγουντ (змішаний тип)/ το Χόλυγουντ (змішаний тип) тощо.

У процесі аналізу ступенів адаптації варваризмів до норм новогрецької мови було виявлено, що засвоєння новітніх запозичень в новогрецькій мові здійснюється поетапно. По перше, це входження, а саме граматичне засвоєння іншомовних іменників у новогрецькій мові – набуття ними категорії граматичного роду, а також написання запозичених слів здебільшого літерами мови-реципієнта. По друге, це освоєння, де запозичена лексема втрачає ознаки незвичності та пристосовується до всіх систем мови, яка запозичує. По третє – укорінення, де новітні запозичення фіксують словники іншомовних слів та орфографічні словники мови та етап повного освоєння, де новітні запозичення вступають в активні словотворчі процеси, утворюючи похідні одиниці та словотвірні гнізда. Проаналізувавши варваризми у новогрецькій публіцистиці, можна побачити, що деякі з іншомовних варваризмів вже мають відповідні категорії роду, числа та

відмінку. Інша низка слів, яка становить більшість, має відповідність лише у числі.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Проаналізувавши функціонування варваризмів у новогрецькій періодиці, ми дослідили зміст понять «запозичення», «варваризм» та «мовний контакт»; з'ясували причини та передумови запозичених елементів у новогрецькій публіцистиці; проаналізували етапи та зробили огляд класифікації запозичень; проаналізували використання іншомовної лексики в текстах публіцистичного стилю новогрецької мови; підтвердили на конкретних прикладах доцільність уживання запозичень у новогрецькій публіцистиці.

Аналіз теоретичного матеріалу показав, що процес запозичення слів притаманний усім мовам світу. Він є важливою ознакою їхнього розвитку і життєздатності. Як наслідок, на сьогодні лексика сучасних мов, у тому числі і новогрецької, за своїм походженням неоднорідна. Стосовно явища «запозичення», серед мовознавців досі не існує єдиної думки щодо цього терміну. Зробивши огляд усіх визначень, ми приймаємо визначення поняття «запозичення» у найвужчому значенні. Це поняття кваліфікуємо як запозичену лексему, що є складником новогрецької мови. Новітніми запозиченнями вважаємо чужомовні слова, перенесені в новогрецьку мову з інших мов упродовж останніх десятиліть, котрі перебувають у процесі засвоєння, випробовуються мовною практикою носіїв грецької мови, а також ті, що увійшли раніше, проте ще не повністю адаптувалися до норм новогрецької мови.

У процесі опрацювання теоретичного матеріалу було виявлено, що серед мовознавців досі не існує згоди щодо визначення терміну «варваризм», проте ми поділяємо думку І. Мозової, яка дотримується думки Т. Новікової, зазначає, що варваризми – це іншомовні одиниці будь-якої функціонально-стилістичної спрямованості, які в адаптаційному плані вийшли за межі іншомовних вкраплень, проте ще не увійшли в систему мови, не стали її повноправними членами, додаючи, що на стадії варваризму тільки починається поступове освоєння фонетичного, графічного, граматичного та

семантичного планів слова, і саме на цьому етапі слово фіксується в неологічних словниках і довідниках, а також в словниках іншомовних слів.

Зробивши аналіз основних передумов появи більшості варваризмів у новогрецькій публіцистиці ми виявили, що переважна кількість туркізмів (лексем, що походять з турецької мови) з'явилась, внаслідок турецького завоювання та тривалого співіснування греків з турками; галіцизми (лексем, що походять з французької мови), переважно після Французької революції та для задоволення деяких потреб у спілкуванні; англіцизми та американізми (лексем, що походять з англійської мови британського та американського акцентів) внаслідок існування колоній на деяких територіях Греції, пізніше завдяки масовому поширенню англійської мови, і як наслідок, імпорту наукових, культурних та ідеологічних термінів.

Зробивши огляд основних причини явища «запозичення», ми виділили дві основні групи: зовнішні (екстралінгвістичні) та внутрішні (лінгвістичні). До екстралінгвістичних причин, ми віднесли історичні контакти народів, наявність певного роду двомовності, необхідність номінації нових предметів та явищ, новаторство націй у певній сфері діяльності, розповсюдження моди на іноземні слова та економію мовних засобів.

До лінгвістичних причин ми віднесли необхідність поповнити певні ланки у лексичній системі мови, необхідність семантично точніше висловити за допомогою запозичення багатозначне поняття мови-реципієнта, тенденцію до усунення омонімії та полісемії, тенденцію поповнення експресивних засобів мови.

На нашу думку, основною та вирішальною причиною запозичення слів з однієї мови в іншу є необхідність отримати потрібні засоби для позначення нових предметів та понять і удосконалити рідну мову як засіб спілкування та обміну думками. Крім того, іншомовні слова запозичуються і тоді, коли у мові-реципієнті вже є свої слова для позначення нових понять. У даному випадку іншомовне слово запозичується тому, що воно яскравіше та краще виражає певний відтінок значення слова.

Аналіз етапів адаптації показав, що існує досить багато різних класифікацій. Загалом мовознавці виокремлюють три, рідше чотири етапи. У своєму дослідженні ми виокремили три етапи адаптації запозичень, пов'язучи перший етап функціонування чужомовної лексики в мові-реципієнта з етапом входження (проникнення), де часто трапляється написання цього запозичення латиницею або запозичена лексема відтворюється внаслідок транслітерації мовою донора. Другий етап пов'язуємо з освоєнням, де запозичена лексема втрачає ознаки незвичності та пристосовується до всіх систем мови, яка запозичує. Третій етап – це укорінення, де запозичена лексична одиниця широко використовується в мові-реципієнті.

Результати практичної частини нашої кваліфікаційної роботи дають підстави вважати, що переважна кількість варваризмів у новогрецькій публіцистиці – це лексичні одиниці англо-американського походження, рідше зустрічаються слова з французької, італійської та німецької мов. Зробивши огляд варваризмів, що наповнюють зміст новогрецької публіцистики, ми згрупували їх у дві головні категорії. До першої категорії ми віднесли низку варваризмів, частина яких передається лише латиницею, до другої – ті слова, більшість з яких мають подвійне написання, як латиницею, так і грецьким письмом. З цього виходить, що переважна кількість проаналізованих лексем знаходяться тільки на етапі входження до норм новогрецької мови.

Здійснене дослідження дає підстави зробити висновок, що сторінки періодичних видань, таких як «VOGUE GREECE» та «ATHENS VOICE» активно послуговується варваризмами, переважно англійського та французького походження у зв'язку з тим, що вони зосереджені на темах моди та індустрії краси, підкріплюючи свої статті інформацією з популярних соціальних мереж та сторінок відомих людей. Цікаво, що такі видання як «NEWSBOMB», «MAKEDONIA», «ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ» та «ΤΟ ΒΗΜΑ» мають низькі показники, або зовсім не містять варваризмів стосовно цих тем, оскільки ці видання мають на меті висвітлювати політичні,

економічні та міжнародні новини. Такі видання як «ΤΟ ΒΗΜΑ», «ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ» та «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» намагаються подавати матеріал офіційною мовою, передаючи, приміром, імена зарубіжних знаменитостей грецьким письмом.

Семантичний аналіз англіцизмів дозволив виокремити серед них такі тематичні групи: слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації, назви брендів та компаній, імена відомих людей, лексика кіноундустрії, індустрії краси та моди, лексика політичної, наукової, технічної та медичної сфер та інші.

Результати дослідження показали, що єдина тематична група варваризмів, що міститься у всіх без виключення виданнях – це слова на позначення понять мережі Інтернет та засобів електронної комунікації.

Проблема адаптації, існування та поширення новітніх варваризмів, спричинених впливом глобалізації, у сучасному грецькому мовленні лише зазначена у даній роботі. Проте через активне проникнення варваризмів у новогрецьку мову, питання запозичання заслуговує на подальше докладне наукове дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты (Англизмы в русском языке). Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1978. 151 с.
2. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кін. ХХ – поч. ХХІ ст.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Х., 2005. 20 с.
3. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М.: Изд-во иностранной литературы, 1955. 416 с.
4. Бергельсон М.Б. Межкультурная коммуникация как исследовательская программа: лингвистические методы кроскультурных взаимодействий. М: Слово, 2002. 156 с.
5. Биржакова Е.Э., Л.А. Войнова, Л.Л. Кутина. Очерки по исторической лексикологии XVIII в.: Языковые контакты и заимствования. Л. : Наука, 1972. 431 с.
6. Битківська Я. В. Тенденції засвоєння і розвитку семантики англізмів у сучасній українській мові: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Тернопіль: Тернопільський нац. пед. ун-т ім. Гнатюка, 2008. 368 с.
7. Бодуэн де Куртене И.А. Избранные труды по общему языкознанию. М.: Изд-во АН СССР, 1963. 384 с.
8. Брейтер М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: пособие для иностранных студентов-русистов. Владивосток: Диалог, 1999. 129 с.
9. Будняк Д. В. Полонизмы в современном украинском литературном языке: автореф. дисс. на соискание учён. степени докт. филол. наук: спец. 10.02.01. К., 1991. 55 с.
10. Вайнрайх У. Языковые контакты: состояние и проблемы исследования. К.: Вища шк., 1979. 263 с.

11. Войтенко К. Класифікація запозичень в сучасних лінгвістичних дослідженнях URL: http://www.rusnauka.com/7_NMIV_2010/Philologia/60103.doc/htm (дата звернення: 12.06.2020)
12. Волков А.В. Лексикон загального та порівняльного мовознавства. Варваризми або ентранжизми. Літературне місто (онлайн-газета). URL: <http://litmisto.org.ua/> (дата звернення: 18.06.2020)
13. Гладка В. А. Калька як один зі шляхів неологізації французької мови. *Науковий вісник*. 2011. № 537. С. 8-13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_rsd_2011_537_4 (дата звернення: 12.06.2020)
14. Голдованский Я. А. Проблемы этимологической идентификации лексических заимствований (на материалах англицизмов в украинском языке) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика». К., 1985. 21 с.
15. Гребинник Л.В. Тематическая классификация иноязычной лексики (на материале заимствований из немецкого языка) // Система і структура східнослов'янських мов: До 60-річчя наукової і педагогічної діяльності професора М.Я. Брицина: Зб. наук. праць. К.: Знання України, 2004. С. 192 – 196.
16. Гринев С. В. Введение в терминоведение. М.: Московский лицей, 1993. 309 с.
17. Гринев С. В., Д. С. Лотте Терминологические заимствования. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и термозаимствований. М.: Наука, 1982. С. 108 – 135.
18. Гуменюк Т. І. Запозичення та їхні типи в сучасній українській телевізійній фаховій мові. Наукові записки НаУКМА: Філологічні науки, 2014. С. 55–59.
19. Демченко К. В. Функціонування іншомовних лексем у текстах публіцистичного стилю. Культура народів Причорномор'я. № 69. Симферополь: Межвуз. центр «Крым», 2005. С. 170 – 172.

- 20.Еремина К. Н. К проблеме языковых контактов (европеизмы в современном персидском языке). М.: Наука, 1980.78 с.
- 21.Есенова Е. Мовні контакти як передумова процесу запозичення (теоретичні аспекти проблеми). *Наукові записки*. Серія «Філологічна». Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». 2008. Вип. 10. С. 130–133.
- 22.Єфремов Л.П. Сущность лексического заимствования и основные признаки освоения заимствованных слов: автореф. дис. канд. филол. наук: спец 10.02.02 «Російська мова». Алма–Ата, 1959. 21 с.
- 23.Жлуктенко Ю. А. Лингвистические аспекты двуязычия. К.: Вища школа, 1974. 176 с.
- 24.Жлуктенко Ю. А., Березинский В. П., Борисенко И. И. Английские неологизмы. К.: Наук. думка, 1983.172 с.
- 25.Жлуктенко Ю.О. Мовні контакти. Проблеми інтерлінгвістики. К.: Видавництво Київського університету, 1966. 136 с.
- 26.Жлуктенко Ю.О. Українсько-англійські міжмовні відносини (Українська мова у США і Канаді).К.: Вид-во Київськ. ун-ту, 1964. 168 с.
- 27.Іваницкая А. А. Заимствования иноязычной лексики и ее освоение: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.05 «Романські мови». К., 1980. 20 с.
- 28.Казарян Г. Г. Английские заимствования в современном русском языке (1990-2000 годы): автореф. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04. «Славянские языки». Ереван, 2004. 22 с.
- 29.Каминін І. М. Структурно-семантичне освоєння запозичених слів у сучасній українській літературній мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01«Українська мова». Харків : Харк. державний пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди, 1994. 191 с.
- 30.Караванський С. Пошук українського слова, або Боротьба за національне «я». К.: Вид. центр «Академія», 2001. 233 с.

31. Карпіловська Є. А. Мода на слова і норма мови. Культура слова. № 84. К.: ВД Дмитра Бураго, 2012. С. 134 – 141.
32. Кислюк Л. П. Нові англійські запозичення і термінологія // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Вип. IV. К.: КНЕУ, 2001. С. 51 – 53.
33. Кислюк Л. П. Словотвірний потенціал запозичень у сучасній українській літературній мові (на матеріалі англійських та німецьких запозичень) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 «Загальне мовознавство». К: Інститут української мови НАН України, 2000. 238 с.
34. Клименко Н. Ф., Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
35. Клименко Н. Ф. Калька. Українська мова : Енциклопедія / [редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін.] 2-ге вид., випр. I доп. К. : Вид-во «Укр. енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 245.
36. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. К.: ВД Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
37. Козир Є. М. Проблеми унормування чужомовних запозичень. Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. Вип. IV. К.: КНЕУ, 2001. С. 245–247.
38. Коробова І. О. Проблеми запозичень у сучасній лінгвоукраїністиці // Література та культура Полісся. Вип. 80. Серія «Філологічні науки». № 5 / відп. ред. і упоряд. Г.В. Самойленко. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2015. С. 232 – 242.
39. Коробова І. О. Спортивні запозичення в сучасній українській мові // Лінгвістичні дослідження : зб. наук. праць. Харків, 2013. Вип. 36. С. 34 – 39.

40. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: [підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів]. 2-ге вид. К.: Академія, 2010. 368 с.
41. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М., 1996. С. 142-161.
42. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М.: «Наука», 1968. 208 с.
43. Крысин Л.П. Этапы освоения иноязычного слова. Русский язык в школе. 1991. № 2. С. 75–78.
44. Ленець К. В. Варваризм. Українська мова : Енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. 2-ге вид., випр. і доп. К. : Вид-во «Укр. Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 62.
45. Лизанец П.Н. Украинско-венгерские межъязыковые контакты (мадьяризмы в украинском языке). Автореф. дисс. докт. филол. наук. - Львов, 1971. 45 с.
46. Лисенко О.А. Освоєння німецькомовних запозичень в українській науково-технічній термінології : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Х., 1999. 170 с.
47. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. М.: Наука, 1982. 149 с.
48. Малахова Ю. В. Японські лексичні запозичення в контексті міжкультурної комунікації: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.13 «Мови народів Азії, Африки, аборигенних народів Америки та Австралії». К.: Інститут сходознавства Національної академії наук ім. А. Кримського, 2007. 16 с.
49. Медведєва О. Запозичення термінів як чинник лексичної інтерференції. Українська термінологія і сучасність: Зб. наукових праць. К. : НАН України, 1998. С. 147–148.

- 50.Мозовая И. Н. Типы иноязычных слов в аспекте теории метаязыка неологии: на материале современной коммерческой рекламы. Вісник Дніпропетровського ун-ту. Мовознавство. 2012. Вип. 18. С. 142–151.
- 51.Муромцева О.Г. Розвиток лексики української літературної мови в другій половині ХІХ –на початок ХХ ст. Харків: Вища школа: Видавництво при ХДУ, 1985. 152 с.
- 52.Навальна М. І. Варваризми в мові сучасної української періодики. Психолінгвістика. 2012. Вип. 9. С. 217-225. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_9_34 (дата звернення 14.07.2020)
- 53.Новикова Т. В. Англо-американские заимствования-варваризмы в современном русском языке: 1990-е годы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. СПб, 2003. 182 с.
- 54.Обухова І. М. Функционирование и словообразовательная активность англизмов в современном русском языке (на материале современной прессы): автореф. дис. на здобуття ступеня канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык»; спец. 10.02.04 «Германские языки»). Днепропетровск, 1991. 20 с.
- 55.Олійник А. Д. Роль запозичень-англіцизмів у розвитку сучасної української мікроекономічної термінології: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». К., 2002. 20 с.
- 56.Онацький Є. Українська Мала Енциклопедія. Кн. 1: Літери А–Б. Буенос-Айрес, 1957. 120 с.
- 57.Пауль Г. Принципы истории языка: Перевод с нем. М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1960. 500 с.
- 58.Пономарів О. Д. Лексика грецького походження в українській мові. К.: Просвіта, 2005. 127 с.
- 59.Попова Н. О. Запозичення з англійської мови в лексико-семантичну систему українській мови кінця ХХ та початку ХХІ століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Х., 2002. 17 с.

60. Попова Н. О. Структурно-семантичні особливості новітніх лексичних запозичень з англійської в українську мову (90-і рр. XX ст. – початок XXI ст.): дис. канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Х., 2004. 196 с.
61. Рабинович А.И. Принципы исследования фонетической интерференции при контактировании разносистемных языков: Автореф. канд. филол. наук. Алма-Ата, 1970. 19 с.
62. Реформатский А.А. Введение в языкознание. М.: «Просвещение», 1967. 544 с.
63. Розенцвейг В.Ю. Основные вопросы теории языковых контактов. Новое в лингвистике. М.: Прогресс, 1911. Вып.6. С. 5–20.
64. Саакян О. С. Явище запозичення у статиці та динаміці. Проблеми зіставної семантики: Доповіді та повідомлення міжнар. наук. конф. з проблем семантики 25–27 вересня 1997 р. / М. П. Кочерган (відпов.ред.). К., 1997. 118 с.
65. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К., 2011. 844 с.
66. Семчинський С. В. Лексичні запозичення з російської та української мов у румунській мові. Розділ з історії лексикології мови. Вип. I. К.: КДУ, 1958. 117 с.
67. Сенько Е. В. Теоретические основы неологии. Владикавказ : Северо-осетинский гос. унив-т, 2001. 107 с.
68. Сергеева Г.А. Англомовні запозичення в українській правничій термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2002. 16 с.
69. Серебренников Б. А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира / [Б. А. Серебренников, Е. С. Кубрякова, В. И. Поствалова и др.]; отв. ред. Борис Александрович Серебренников; Ин-т языкознания АН СССР. М.: Наука, 1988. 242 с.

- 70.Сімонок В. П. Лексико-семантична рецепція іншомовної лексики в українській мовній картині світу: автореф. дис... на здобуття ступеня докт. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2002. 36 с.
- 71.Смирницкий А. И. Лексикология английского языка; под ред. В.В. Пассека. М.: Изд. лит. на иностр. яз., 1956. 260 с.
- 72.Сосюр Ф. Труды по языкознанию Под ред. А.А.Холодовича. М.: Прогресс, 1977. 695 с.
- 73.Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): автореф. дис. на здобуття ступеня доктора філол. наук: спец.10.02.01 «Українська мова». К., 2003. 35 с.
- 74.Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів інформації). [2-ге видання]. К.: Пуґач, 2005. 388 с.
- 75.Суперанская А.В. Заимствование слов и практическая транскрипция. М.: Изд-во АН СССР, 1962. 48 с.
- 76.Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М: Слово, 2000. 298 с.
- 77.Тележкіна О. О. Варваризми як органічний компонент віршованого тексту (на прикладі поетичного доробку Д. Павличка). Наукові записки. Харків, 2009. С. 322 –324.
- 78.Ткаченко О. Б. Запозичення. Українська мова : Енциклопедія / [редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін.]. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Вид-во «Укр. енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 194 –195.
- 79.Ткаченко О. Б. Інтернаціоналізм. Українська мова : Енциклопедія / [редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін.].2-ге вид., випр. і доп. К.: Вид-во «Укр. енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 225.
- 80.Федорець С. А. Англійські запозичення в мові сучасної української реклами: дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2005. 203 с.

- 81.Фурса В. М. Семантико-граматичне та словотвірне освоєння невідмінюваних імен: монографія. Київ: Інститут українській мови НАН України, 2005. 252 с.
- 82.Харабібер А. Е. Калькування як лінгвістичне явище у сучасному мовознавстві. Перспективи розвитку науки. Філологія і журналістика. С. 115–
117. URL: http://конференция.com.ua/files/image/konf%2011/doklad_11_2_31.pdf (дата звернення 02.06.2020)
- 83.Циткина Ф.А. Терминология и перевод (к основам сопоставительного терминоведения). Львов: Вища школа, 1988. 160 с.
- 84.Чурсіна Л. В. Словотвірна валентність основ французького походження в сучасній українській мові: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 1998. 18 с.
- 85.Шерех Ю. В. Нарис сучасної української літературної мови. Мюнхен: Молоде життя, 1951. 402 с.
- 86.Штурнак О. Мовні контакти як об'єкт вивчення (Огляд літератури). Телета радіожурналістика. 2009. №8. С. 119-130.
87. Шухардт Г. Избранные работы по языкознанию. М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1950. 292 с.
88. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, 1974. 423 с.
- 89.Юдакин А.П.Эволюционная типология в помощь ностратике. Филологические науки: Научные доклады высшей школы. 2006. № 1. С. 30–39.
- 90.Юрковский И. М. Активные процессы в русской спортивно-игровой лексике; отв.ред. С. Д. Ледяева. Кишинев: Штиинца, 1988. 119 с.
- 91.Αναστασιάδη-Συμεωνίδη, Α. Νεολογικός δανεισμός της νεοελληνικής: Άμεσα δάνεια από τη γαλλική και αγγλοαμερικανική. Μορφολογική ανάλυση. 1994, Θεσσαλονίκη: Επιτροπή Δημοσιευμάτων Α.Π.Θ. σσ. 63-71.

- 92.Μπαμπινιώτης Γεωργιος Γραμματική Της Νέας Ελληνικής Δομολειτουργική. Επικοινωνιακή Κλαιρης Χρηστος, 2011. σς. 1164.
- 93.Τριανταφυλλίδης Μ. [& Κ. Καρθαίος, Θρ. Σταύρου, Αχ. Τζάρτζανος, Β. Φάβης, Ν. Π. Ανδριώτης] «Νεοελληνική γραμματική (της δημοτικής)», 1η έκδ. 1941, 9η ανατ. της 2ης έκδ., 2012. σς. 456.
- 94.Χαραλαμπάκης, Χ. «Μεταφραστικά δάνεια της νέας ελληνικής από ευρωπαϊκές γλώσσες». Στο Μελέτες για την ελληνική γλώσσα, Πρακτικά της 11ης ετήσιας συνάντησης το Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Α.Π.Θ., 26–28 Απριλίου 1990, Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης, σσ. 81–102.
- 95.Χατζιδάκις, Γ. (1915). Ακαδημεικά Αναγνώσματα, τόμος 3, Γενική Γλωσσική, Αθήνα, σσ. 103-123.
- 96.Χριστίδη Α.-Φ. Ιστορία της αρχαίας ελληνικής γλώσσας. Αρχαιογνωσία και Αρχαιογλωσσία στη Μέση Εκπαίδευση 1, Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών [Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη], 2005. σς. 251.
- 97.Haspelmath M. "Lexical borrowing: Concepts and issues», *Loanwords in the World's Languages: A Comparative Handbook*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2009 C. 35–54.

**Перелік варваризмів виявлених у контекстах новогрецької
публіцистики**

«VOGUE GREECE»

- | | |
|----------------------------|----------------------------------|
| 1. Accessories; | 27.CEO; |
| 2. Alexander McQueen; | 28.Chambre Syndicale de la Haute |
| 3. Alicia Keys; | Couture; |
| 4. Anastasia Kessariss; | 29.Chanel; |
| 5. Anastasios; | 30.Changeling του Clint |
| 6. André Aciman; | Eastwood; |
| 7. Angelina Jolie; | 31.classic blue; |
| 8. Arizona Muse; | 32.clip-in bangs; |
| 9. Balenciaga; | 33.clutch; |
| 10.Balmain; | 34.couturier; |
| 11.beauty director; | 35.Covid-19; |
| 12.beauty expert; | 36.creative director; |
| 13.beauty looks; | 37.debut single «Google me»»; |
| 14.Bella Hadid; | 38.Demna Gvasalia; |
| 15.best sellers; | 39.Dior; |
| 16.Beyoncé; | 40.Editors; |
| 17.Bobbi Brown; | 41.Eleanna Katsira; |
| 18.body positivity; | 42.Elon Musk; |
| 19.Bottega Veneta; | 43.Emilia Clarke; |
| 20.Brand; | 44.Emoji; |
| 21.British Fashion Awards; | 45.Extreme; |
| 22.Candice Huffine; | 46.Eyeliners; |
| 23.Cara Delevingne; | 47.fashion lovers; |
| 24.Casual; | 48.Foundation Shade Finder Tool; |
| 25.cat-eye; | 49.foundation, |
| 26.celebrities; | 50.Friends; |

- 51.gel;
- 52.Girl;
- 53.Givenchy;
- 54.Glitter;
- 55.glitter;
- 56.Global Marketing;
- 57.Gloss;
- 58.graphic eyeliner;
- 59.Gucci;
- 60.hair looks;
- 61.hair stylist anastasios;
- 62.hairstylist;
- 63.haute couture;
- 64.HBO;
- 65.heavy-duty boots;
- 66.Hello Kitty;
- 67.Highlight;
- 68.Highlighters;
- 69.Hollywood;
- 70.Iconic;
- 71.In the Land of Blood and
Honey;
- 72.Instagram;
- 73.Instagram;
- 74.Interrupted;
- 75.It;
- 76.Item;
- 77.Jacket;
- 78.Janelle Monae;
- 79.Jean Paul Gaultier;
- 80.Jimmy Choo;
- 81.Jon Voight;
- 82.Jon Voight;
- 83.Kaia Gerber;
- 84.Kalogirou Boutique;
- 85.Kate Hudson;
- 86.Kate Middleton;
- 87.Kessaris Boutique;
- 88.Lee Strasberg;
- 89.limited edition;
- 90.looks των celebrities;
- 91.looks;
- 92.Luca Guadagnino;
- 93.LVMH;
- 94.M·A·C Cosmetics;
- 95.Marc Jacobs;
- 96.Marcheline Bertrand;
- 97.Matthew Williams;
- 98.Michelle Obama;
- 99.millennial pink;
100. must have;
101. must hope;
102. Mytheresa;
103. Naomi Campbell;
104. Neon;
105. Nikki Nelms;
106. no make up look;
107. no make- up' look;
108. outfit;
109. oversized;
110. Pantone;
111. party girls;

112. plus size κατηγορία;
113. political pink;
114. project;
115. Queen B;
116. queer ρομάντζου;
117. Red Carpet beauty;
118. Renaud de Lesquen;
119. Rita Ora;
120. Schiaparelli;
121. Screengrab;
122. Senior Vice President;
123. shadow banning στο Instagram;
124. shirt dress;
125. site;
126. slogan;
127. smokey eye;
128. smooth;
129. Soleimani;
130. spring/ summer;
131. Stelios Koudounaris;
132. street style;
133. studs;
134. styling;
135. super stylish;
136. swimwear;
137. Tesla;
138. Teyana Taylor;
139. Theatre and Film Institute;
140. Tom Ford;
141. top models;
142. tweed jacket;
143. Twitter;
144. Ukonwa Ojo;
145. UNHCR;
146. Video Vanguard στα MTV
VMA;
147. videoclip του Fade;
148. vintage;
149. Vogue Greece;
150. Wrap Trend;
151. Zazie Beetz;
152. Zeus+Dione Boutique;
153. αξεσουάρ;
154. Δούκας του Westminster;
155. ίντερνετ;
156. καρέ;
157. κερατίνη;
158. κολεξιόν;
159. κονσίλερ;
160. κορονοϊός;
161. κουπ;
162. κραγιόν;
163. λεοπάρ τοπ;
164. μακιγιάζ;
165. ματ;
166. μίνι φωτογράφιση;
167. μοντέλο;
168. μπικίν;
169. ντεμπούτο;
170. ομάδα guest members;
171. Όσκαρ Β' Γυναικείου Ρόλου;
172. Παλτό;

173. ποπ σταρ;
 174. ριμέικ;
 175. ροζ;
 176. ρουζ;
 177. σεζόν;
 178. σέξι φορέματος;
 179. σεφ Amanda Lee;
 180. σίκουελ;
 181. σορτς;
 182. στα media;
 183. στα social media πρόσφατα;
 184.στιλ bucket;
 185.στιλ;
 186.στρας;
- 187.σύγχρονο swimwear;
 188.τατουάζ;
 189.τζελ φόρμουλες;
 190.τζιν;
 191.τιρκουάζ καντράν;
 192.το νέο botox;
 193.του styling;
 194.Φεστιβάλ Καινοτομίας της Νέας Υόρκης;
 195.φινάλε;
 196.φούτερ;
 197.χακί;
 198.ωραιότερα look;
- 15.body paint;
 16.body positivity;
 17.bold suit;
 18.boost;
 19.boot trend;
 20.Bottega Veneta, Off White;
 21.Brand;
 22.Brexit;
 23.Buckingham Palace;
 24.Budget;
 25.Calzedon;
 26.Cambon;
 27.Candice Huffine;
 28.Cara Delevingne;
 29.Carvela;
 30.catwalk looks;
 31.Chanel;
- «ATHENS VOICE»
1. action cameras;
 2. Alberta Ferretti;
 3. Alexander McQueen;
 4. Angelina Jolie;
 5. Athens Pride;
 6. Balenciaga,
 7. beauty standards;
 8. Bella Hadid;
 9. Best of YouTube –
 Communication;
 - 10.black & white;
 - 11.Black Friday;
 - 12.blazer;
 - 13.block heels;
 - 14.Bobbi Brown;

- 32.Chef;
- 33.chic outfits;
- 34.chic;
- 35.Coco Chanel;
- 36.Concept;
- 37.contouring;
- 38.COVID-19;
- 39.Demna Gvasalia;
- 40.Denim;
- 41.Dior;
- 42.double CC logo;
- 43.eco-fur;
- 44.Elon Musk;
- 45.e-shops;
- 46.extreme;
- 47.eyeliner;
- 48.fashion essentials;
- 49.fashion girls;
- 50.fashion icon;
- 51.Food & Beverage,
- 52.free shipping,
- 53.Gabrielle Chanel;
- 54.gay;
- 55.Generation Z;
- 56.Givenchy;
- 57.glamorous touch;
- 58.glitter;
- 59.glossy;
- 60.Hartwig Fischer;
- 61.Haus Laboratories;
- 62.Healthy Diet Awards;
- 63.Healthy Food Product of the
Year;
- 64.Hello Kitty;
- 65.Highlighter;
- 66.HONDA;
- 67.hot;
- 68.Instagram;
- 69.Internet;
- 70.Jean Paul Gaultier;
- 71.Jon Voight;
- 72.Julia Roberts;
- 73.JW Anderson;
- 74.Kate Hudson;
- 75.Kate Middleton;
- 76.knee high;
- 77.limited edition;
- 78.live;
- 79.look;
- 80.Louboutins;
- 81.Luca Guadagnino;
- 82.luxury online;
- 83.make up look
- 84.makeover;
- 85.Marcheline Bertrand;
- 86.Marilyn Monroe ;
- 87.Marketing;
- 88.Matthew Williams;
- 89.Melina Koan;
- 90.Métiers d'art;
- 91.Michael Kors;
- 92.Michelle Obama;

93. mountain bike;
94. Mytheresa;
95. Netflix;
96. old hollywood look;
97. Oscars;
98. outfits;
99. oversized;
100. peep toe boots;
101. pretty woman;
102. prints;
103. puffer jacket;
104. rainbow event;
105. real time;
106. reality show;
107. Renaud de Lesquen;
108. Rihanna;
109. Royals;
110. Schiaparelli;
111. shoe trend;
112. shopping bags;
113. show;
114. showbiz;
115. Silver βραβείο;
116. Slayerking;
117. Sneakers;
118. Social Media Awards;
119. Sofia Coppola;
120. Soleimani;
121. Standard;
122. street style;
123. super car;
124. tailored;
125. tailoring;
126. the Crown;
127. Tommy Hilfiger;
128. tonal dressing;
129. totally chic;
130. tutorial;
131. Twitter;
132. two-tone γόβες,
133. ultra chic look;
134. underwear fashion;
135. Victoria Beckham;
136. Victoria's Secret;
137. Video;
138. γκλίτερ;
139. γκρουπ;
140. ζευγάρια της κολεξιόν;
141. ίντερνετ;
142. καλσόν;
143. καριέρα;
144. κολεξιόν;
145. λουκ;
146. μακιγιάζ;
147. μοντάζ;
148. μοντέλα;
149. Όσκαρ;
150. Πάρτι;
151. προφίλ;
152. στυλ;
153. Teyana Taylor;
154. τζήν;

155. τρκουάζ καντράν;

«**NEWSBOMB**»

1. 230 ml;
3. Adriana Lima;
4. After work bliss;
5. AIR cinema;
6. Alessandra Ambrosio;
7. Black Friday;
8. Bodybuilder;
9. Bohemian;
- 10.Brands;
- 11.Brexit;
- 12.British Fashion Awards;
- 13.Candidiasis;
- 14.CDC;
- 15.CNNi;
- 16.Covid-19;
- 17.display banner;
- 18.Elsa Hosk;
- 19.e-shops;
- 20.fashion show;
- 21.fashion;
- 22.Football League;
- 23.free shipping;
- 24.Glitter;
- 25.GNTM;
- 26.golden hour ραντεβού;
- 27.Instagram;
- 28.Instagram;
- 29.ISOBOX;
- 30.Jasmine Tookes;

156. τουίντ ταγιέρ;

2. action cameras;
- 31.Jean Monnet;
- 32.Josephine Skriver;
- 33.Keto diet;
- 34.King Kong Barbie;
- 35.Lais Ribeiro;
- 36.LDL;
- 37.Lily Aldridge;
- 38.Looks;
- 39.M.Sc., Ph.D., University
College London (UCL);
- 40.Macrame Feathers;
- 41.Martha Hunt;
- 42.Met Gala;
- 43.Mytheresa;
- 44.Netflix;
- 45.on air;
- 46.Onsports;
- 47.Oscars;
- 48.plus size;
- 49.pop-up window;
- 50.Public Investment Fund;
- 51.Romee Strijd;
- 52.Sara Sampaio;
- 53.Sencor;
- 54.Showbiz;
- 55.skate rollers;
- 56.Sonya Angelone;
- 57.Spoiler;

- 58.spoiler Facebook;
- 59.Stella Maxwell;
- 60.Streaming;
- 61.Super League 2;
- 62.Taylor Hill;
- 63.tora Wallet;
- 64.trend στην bohemian;
- 65.trend;
- 66.tv;
- 67.twitter;
- 68.Twitter;
- 69.video;
- 70.Video;
- 71.viral;
- 72.γκλίτερ;
- 73.H₂O₂;
- 74.κάντιντα (Candida);
- 75.κάστινγκ;
- 76.καφές;
- 77.Κορονοϊός;
- 78.λουκ;
- 79.λούνα παρκ;
- 80.μοντάζ;
- 81.μοντέλο;
- 82.μοντέλο;
- 83.μπαλκόνι;
- 84.μπικίνι;
- 85.μποφόρ;
- 86.νέα σεζόν;
- 87.ντους;
- 88.όσκαρ;
- 89.ρεκόρ;
- 90.σκουότ;
- 91.τζαμί;
- 92.το ίντερνετ;

«TO ΒΗΜΑ»

1. Adrian Tomine;
2. Anti-Defamation League;
3. Balenciaga;
4. Brand;
5. Brexit;
6. British Fashion Awards;
7. Cambridge Analytica;
8. Chanel;
9. CHI;
10. Covid-19;
11. ESA;
12. exit poll;
13. Facebook Connect;
14. fake news;
15. Gigabytes;
16. Giphy,
17. GIPHY;
18. Givenchy,
19. Instagram;
20. multitasking;
21. NAACP,
22. New Yorker;
23. Oscar;
24. Parker Solar Probe;
25. SDO;
26. Selfies;
27. social media;
28. software development kit;
29. Solar Orbiter;
30. tweet;
31. Twitter;
32. Viber;
33. Victoria's Secret;
34. WWF;
35. αμερικανικό σκάφος;
36. Βέτο;
37. βίντεο της NASA;
38. Βρετανικού Μουσείου;
39. γονίδιο των Νεάντερταλ;
40. διαβόητο σκάνδαλο;
41. ΗΠΑ;
42. NATO;
43. Οσκαρ;
44. ουρά του κομήτη Atlas;
45. πακέτο;
46. Πινόκιο;
47. τοπ μόντελ;
48. φεστιβάλ Βερολίνου;
49. φίλτρο;

«ΤΥΠΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ»

1. Armani;
2. Brand;
3. burger;
4. Charles Michel;
5. Chef;
6. Click2Call;
7. covid-19;
8. craft;
9. Daily Mail;
- 10.Data Center;
- 11.Dior;
- 12.end-to-end;
- 13.event;
- 14.Facebook;
- 15.Fashion;
- 16.Flyover;
- 17.Givenchy;
- 18.gourmet μενού;
- 19.Infinity Edge;
- 20.Instagram;
- 21.laptop της σειράς XPS;
- 22.Linkedin;
- 23.Live Chat;
- 24.live της Φωτεινής Δάρρα;
- 25.lock down;
- 26.Lonely Planet;
- 27.Messenger;
- 28.Microsoft;
- 29.NASA;
- 30.New York Times;
- 31.Online;
- 32.Sani Festival;
- 33.Socialmedia;
- 34.SoulFood Thessaloniki;
- 35.stand up κωμικός;
- 36.Travel & Leisure;
- 37.Twitter;
- 38.Unesco;
- 39.Unesco;
- 40.week;
- 41.WhatsApp;
- 42.zoom,
- 43.γκρέιβι;
- 44.Καρπάτσιο;
- 45.Κορωνοϊός;
- 46.κράνμπερεις,
- 47.λινκ;
- 48.MME;
- 49.Μόδας;
- 50.νέο look;
- 51.πανέμορφο design;
- 52.σινεμά,
- 53.Σινεμά;
- 54.στυλ;
- 55.σχολικά τεστ;
- 56.τζίρους;
- 57.Φεστιβάλ;
- 58.Φωτεινής Δάρρα;

«**ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ**»

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| 1. Aegean Airlines; | 23.ISOBOX; |
| 2. Aegean Airlines; | 24.Like; |
| 3. album; | 25.live streaming; |
| 4. Alpha Bank; | 26.Mare Culturale Urbano; |
| 5. Autocine; | 27.Microsoft; |
| 6. BBC; | 28.New York Times; |
| 7. Beatles; | 29.OSCAR; |
| 8. Blackout; | 30.pop-up store; |
| 9. Blog; | 31.shop in a shop; |
| 10.boutique Louis Vuitton; | 32.Site; |
| 11.Brexit; | 33.Spoutnik; |
| 12.Chanel, Balenciaga; | 34.twitter; |
| 13.Cloud; | 35.Βραβεία Grammy; |
| 14.COVID; | 36.βραβείου Album of the Year; |
| 15.Data Centers; | 37.γκαλερί; |
| 16.e-shops; | 38.καφέ – μπαρ; |
| 17.Giorgio Armani; | 39. Κορωνοϊός; |
| 18.Hafenkino; | 40.νέα looks; |
| 19.Insel der Jugend; | 41.Νέας Υόρκης; |
| 20.Instagram | 42.ντουέτο; |
| 21.@BarbieStyle; | 43.Όσκαρ; |
| 22.Interview; | 44.ρεπόρτερ; |
| | 45.τζίρους; |

