

СВОЄРІДНІСТЬ СУЧАСНОЇ МОВНОЇ СИТУАЦІЇ ПРОЦЕСУ ЗАПОЗИЧЕННЯ АНГЛІЦИЗМІВ

Л. М. Архипенко

В статье определяются, объясняются, обобщаются факторы, которые обуславливают своеобразие современной языковой ситуации процесса заимствования англицизмов.

Ключевые слова: процесс заимствования, англицизмы, американизмы, иноязычная лексика, языковая эксплуатация

У статті з'ясовуються, пояснюються, узагальнюються фактори, які визначають своєрідність сучасної мовної ситуації процесу запозичення англіцизмів.

Ключові слова: процес запозичення, англіцизми, американізми, іншомовна лексика, мовна експлуатація

Factors specifying the particularities of modern language situation in the process of English borrowings are determined, explained and generalized.

Key words: process, borrowings English, American English

Яскравою рисою сучасної мовної ситуації є надмірне запозичення англіцизмів. Ця ситуація може бути порівняна з тією, що мала місце у ХІХ ст., коли українська мова пережила повільні французьких запозичень.

Актуальність. У 90-х роках ХХ ст. характерною стає так звана українська америкоманія. Визначальною особливістю цієї української америкоманії є настанова на західний спосіб життя, на деяку асиміляцію з американською культурою і цивілізацією, у результаті чого американізми стали приходити в українську мову вже не як екзотизми. І звичайно ж, справа тут у нових суспільних уподобаннях – „у свідомій настанові на підкреслено вільне мовлення, на мову, звільнену від спущених зверху заборон” [4, с. 11]. Слідом за Костомаровим, зазначимо, що сучасні мовні уподобання (перевага американізмів) пояснює заміни французьких слів жаргон, інструктаж, екран, макіяж, манекенниця англіцизмами сленг, брифінг, дисплей, майкап, топ-модель. Також зауважимо: замість українських слів німецького походження бутерброд і шлягер тепер часто іноді говорять сендвіч або навіть гамбургер / чизбургер і хіт. Якщо українці у ХІХ ст. імпортували *Savoï Faïre*, то зараз вивозять *know-how* (або *noу-hаu*) з Америки.

Початок 90-х років характеризується також і поповненням українського лексикону економічними англіцизмами. У цей період процес запозичення відбувається на фоні розширених українсько-зарубіжних відносин у різних галузях економіки, фінансів, торгівлі, банківської справи, ринкової економіки. В українську мову потрапляє велика кількість економічних, фінансових, комерційних, торгових термінів із англійської мови: андеррайтинг, лізинг, бартер, дилер, дистриб'ютер, мерчандайзер, промоушн, холдинг тощо.

Мета. До кінця 90-х років ХХ ст. на початок ХХІ ст. можна говорити вже про перенасичення словника української мови англіцизмами не тільки з економічної сфери, але і з інших галузей (особливо із сфери американського сленгу: бакси, кедси, кеш, дрінки, панк, буч, треш, хеловін, чарти та ін.).

Однією із особливостей сучасної мовної ситуації є запозичення слова, яке звучить. Таке слово транслітерується і швидко засвоює українські акцентні та словозмінні форми. Усе це є своєрідною перепусткою до розмовного мовлення і заявкою на статус одиниці українського мовного узусу.

Ще однією характерною рисою сучасних мовних процесів є широке використання англійських вкраплень (англійська графіка в українських текстах): „Втім, намальована Галатея разом із плоттю і кров'ю набуває такого жорстокого характеру сучасної *self made women*, що бідолашний Пігмаліон спочатку лише розгублено дивиться на неї, ...потім потрапляє у полон” (Політика і культура. – 2002 р. – № 38. – С. 46) Б. М. Ажнюк називає таке явище „перемиканням кодів” на графічному рівні, яке

„... відбувається на більших чи менших відрізках тексту, від окремих слів і синтаксичних структур до цілих абзаців. У писемному мовленні видимим показником, що вказує на перемикання кодів, є машиноалафавітна графіка” [1, с. 49].

Таке використання англійських вкраплень стало популярним. Однією із причин такої широкої вживаності англійських вкраплень може бути зростання кількості людей, які розмовляють англійською або розуміють мову.

У другій половині ХХ ст. англійська мова стала міжнародною. У науці, бізнесі, дипломатії, на телебаченні, радіо і в кіно – це універсальний засіб спілкування. Зараз знання англійської дозволяє жителям Землі (яка стала „маленькою” завдяки подорожам і сучасній техніці) торгувати, розважатися і процвітати, а також виражати і сприймати почуття та емоції міжнародною мовою (у листах, телефонних розмовах тощо). Мабуть, важливим показником швидкого поширення англійської мови є те, що збільшилась кількість так званих „нерідних” її користувачів у різних країнах світу. Все більше з'являється тих, хто вважає англійську своєю, першою мовою. За словами Брая Качру, професора філології в Іллінойському університеті, на кожного носія мови припадає меншою мірою четверо людей, для яких англійська не є рідною. Поширення англійської мови сьогодні безпрецедентне і являє собою унікальне лінгвальне явище. На думку більшості спеціалістів, англійська мова так поширена перш за все через те, що після втрати Британською імперією світового лідерства у кінці Другої світової війни на перший план виходить інша країна, де англійська мова є

основною, – США, гігант, який став лідером у медичних дослідженнях, технічних новшествах, не кажучи вже про кіно й поп – музику: „Англо-американське домінування у глобальній комунікації можна схарактеризувати в багатьох категоріях, але насамперед скажемо, що у кінці ХХ ст. цей феномен виявився у чотирьох площинах: англійська як світова мова, поп-культура, комунікаційні технології та інформація” [8, с. 102].

Також зауважимо, що іноді соціальна престижність англійського слова у порівнянні з українським аналогом породжує явище, яке може бути назване „підвищенням у ранзі”. Інакше кажучи, слово, яке у мові-джерелі називає звичайний предмет, у мові-рецепторі стосується предмета у тому чи іншому розумінні більш значущого, престижного. Так, наприклад, англійське *shop*: в англійській мові *shop* стосується звичайного магазину, а в українській мові тільки такого, який торгує престижним товаром. Порівняємо у цьому ж плані також пари хіт – шлягер, скул – школа, гамбургер – бутерброд, топ-модель – манекенниця.

Сьогоднішній стан сучасної української мови характеризується масою протиріч. Перш за все ми спостерігаємо, що „англійська лексика на позначення реалій”, які до недавніх пір вважалися приналежністю „чужого” світу і мали негативні відтінки, тепер наповнюються „своїм”, „українським” змістом, наприклад: бізнес, бізнесмен, гангстер, стриптиз, шоу-бізнес тощо. По-друге, відзначимо прагнення збагатити номінативну систему української мови новими англіцизмами – модем, шопінг, фаст-фуд, скраб, рекет тощо. Тобто, потреба у називанні нових речей, нових явищ і предметів призводять до запозичення багатьох англіцизмів зараз, адже багато новітніх запозичень у словниках взагалі відсутні, а частина тих, які увійшли в українську мову давно, вживається сьогодні в іншому значенні.

У кінці 90-х років ми спостерігаємо тенденцію до заміни словосполучень однослівними англійськими назвами. Наприклад, спортивний термін *овертайм*, який в англійській мові утворений сполученням двох слів: *over* – зверху і *time* – час замінює зворот додатковий час. Слово *самміт* від англійського *summit* замінює зустріч у верхах, англійське *таблїйд* замінює бульварну газету, *армреслінг* – боротьбу на руках тощо. Зростає кількість різноструктурних іншомовних вкраплень, у тому числі гібридних, у текстах засобів масової інформації (e-mail, дансе-культура, web-адреса). Спостерігаємо появу в українській мові квазіангліцизмів для номінації реалій (брейн-ринг, шоп-тур, ток-шоу та ін.), а також інтенсифікацію в українській мові словотвірних процесів на основі старої і нової лексики іншомовного походження (кримінал, криміналізація, криміналізувати, криміналітет; байкер, байкерський, байкерство, байк-шоу та ін.).

Висновки. Отже, викладене вище дозволяє конкретизувати наше уявлення про визначальні риси сучасної мовної ситуації щодо процесу запозичення англіцизмів української мови і намітити напрямки подальших досліджень цієї проблеми.

Література:

1. Ажнюк Б. М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації // Мовознавство. – 2001. – №3. – С. 48-54.
2. Крысин Л. П. Языковое заимствование как проблема диахронической социалистики // Диахроническая социалингвистика. – М., 1993. – С. 131-151.
3. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца ХХ столетия (1985-1995). – М., 1996. – С. 147-154.
4. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. – М., 1994. – 220 с.
5. Мазурик Д. В. Сучасні тенденції в оновленні лексики української літературної мови // Вісник Львівського ун-ту. Серія філологічна. – Вип. 29. – Львів, 2000. – С. 177-182.
6. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації). – К.: Вид. центр КНЛУ, 2003. – 388 с.
7. Тодор О. Запозичення-англіцизми у мові преси 80 – 90-х років // Українська мова / Red. Nauk. S. Jermolenko. – Opole: Uniwersytet Opolski – Instytut Filologii Polskiej, 1999. – S. 87-88.
8. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра / За заг. ред. проф. В. І. Шкляра. – К., 1997. – 144 с.