

Українська медична стоматологічна академія, м. Полтава
СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ
АНГЛОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ
(НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТІВ, РОЗМІЩЕНИХ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ)

У статті розглядається проблема запозичення інокультурних концептів, що є актуальною в зв'язку з використанням мережі Інтернет представниками молодіжної культури, а також поширенням нових слів у засобах масової інформації (телевізійні канали, модні журнали, блоги). Особливу цікавість становлять причини використання запозичених слів носіями української мови за умови наявності в рідній мові слів, що мають подібне значення. Аналізується семантична специфіка англіцизмів, їх зміна й адаптація в сучасній українській мові. У ході дослідження були з'ясовані конотаційні характеристики запозичень, можливі причини їх появи, особливості вживання тих чи інших слів, а також деякі варіанти заміни англіцизмів питомими українськими словами.

Ключові слова: запозичення, англіцизми, інокультурний концепт, мова, жаргон, сленг.

The article deals with the problem of borrowing foreign culture concepts, which is particularly relevant due to the use of the Internet by representatives of youth culture, as well as the spread of new words in the media (television channels, fashion magazines, blogs). The reasons for using borrowings by native speakers of Ukrainian are especially interesting considering the fact that there are words with a similar meaning in the native language. The semantic features of English words, their transformation and adaptation in modern Ukrainian have been analyzed. In the course of the study, the connotational characteristics of borrowings, possible causes for their existence, peculiarities of using certain words, substitutions of certain English words for proper Ukrainian ones have been specified.

Key words: borrowing, English words, a concept of foreign culture, language, jargon, slang.

В статье рассматривается проблема заимствования инокультурных концептов, которая является актуальной в связи с использованием сети Интернет представителями молодежной культуры, а также распространением новых слов в средствах массовой информации (телевизионные каналы, модные журналы, блоги). Особый интерес представляют причины использования заимствованных слов носителями украинского языка при условии наличия в родном языке слов, имеющих подобное значение. Анализируется семантическая специфика англицизмов, их изменение и адаптация в современном украинском языке. В ходе исследования были выяснены коннотационные характеристики заимствований, возможные причины их появления, особенности употребления тех или иных слов, а также некоторые варианты замены англицизмов удельными украинскими словами.

Ключевые слова: заимствования, англицизмы, инокультурный концепт, язык, жаргон, сленг.

На сучасному етапі вивчення запозичень як прояв взаємодії різних мов посідає одне із чільних місць у широкому колі проблем сучасної лінгвістики. Проблемою запозичень, зокрема, їхніми концептуальними характеристиками, займалися такі лінгвісти як В. І. Карасик, Н. Ф. Алефіренко, Л. Ю. Касьянова й інші. Запозичення і використання слів іншомовного походження є наслідком мовних контактів, що перебувають під впливом не лише історико-культурних чинників, але й мас-медіа.

Насамперед, запозичення надходять до мови при засвоєнні іншокультурних концептів, що відбувається в процесі знайомства із чужою лінгвокультурою. Так, наприклад, мовці вдаються до запозичень для позначення об'єктів, відсутніх у рідній мові, так званих мовних лакун (*тореадор, вігвам*) або в разі появи нових концептів, пов'язаних із розвитком науки й техніки (*гугл-асистент*). Концепт тут можна розуміти як одиницю поновлення понять, що виникає в результаті переосмислення надходження до людини інформації та відбиває нові знання і досвід, утворюючи в мові нові слова (неологізми), що позначають поняття та концепти. При цьому слід зауважити, що запозичені номінації можуть позначати як концепти, що вже існують у мові, так і абсолютно нові для певної мови когнітивні структури.

У зв'язку із цим доцільно розглянути класифікацію англословних неологізмів, що проникають в українську мову, запропоновану відомим російським концептологом В. І. Карасиком:

1) нульові, або «порожні» концепти, що використовуються в мові головним чином як варваризми або одиниці молодіжного сленгу;

2) квазі-концепти, що позначають реалії, запозичені з інших культур (наприклад, назви апаратів оргтехніки);

3) «паразитарні концепти» — номінативні одиниці, що позначають концепти, які вже існують у мові, проте були введені з метою підкреслення якоїсь особливості поняття або зі стилістичною метою;

4) чужі концепти, що представляють чужі цінності й поняття, які не існують у мові [5, с. 124].

За останні кілька років в українській мові з'явився цілий пласт нових запозичень на позначення загальновідомих понять. Згідно з представленою класифікацією, дані номінації можна віднести до групи «нульових» або «паразитарних» концептів.

За допомогою методу випадкової вибірки нами було проаналізовано пости в соціальних мережах Facebook, Vk, Instagram і виявлено 200 слів, які ввійшли до активного вжитку з 2010 по 2019 рік. Найпопулярнішими серед них виявилися такі запозичення: *стартап, фрілансер, селфі, фейк, відос, фейспалм, фейстайм, флеш моб, прайвасі, снікери, оффлайн* та інші.

За семантичним критерієм усі виявлені слова можна розділити на такі тематичні групи:

1) слова, що стосуються індустрії моди й краси: *смайт кежуал, фешн, лук, світишот, снікери тощо*;

2) слова, що стосуються техніки: *3D-принтер, девайс, смайт-годинник, смайт-ваги* й ін.

3) інтернет-жаргон: *селфі, мем* тощо.

4) індустрія кіно і музики: *косплеї, скрін-тест, реліз, ремейк, сингл, постер* та ін.

5) запозичення, що стосуються ринку праці: *сек'юріті, мерчендайзер, клінінг, промоутер, ріелтор* тощо [2, с. 56].

Нами також була виділена окрема група жаргонізмів, до якої увійшли гібридні дієслова, утворені шляхом приєднання до іменника-англіцизма українських формантів *-тися* й *-ти*: *залогінитися, репостнути, загуглити, спойлерити, зачекінитися*.

За конотаційними ознаками у процесі дослідження ми виявили три семантичні категорії запозичень, ставлення мовців до яких є позитивним: слова, пов'язані з комп'ютерними технологіями (*айті, криптовалюта, влогер, чатбот*), із назвами професій (*мерчендайзер, бренд-менеджер, кріейтор, медіапленер, неймер*), а також молодіжний сленг, який не має аналогів в українській мові / вимагає додаткових пояснень (*випадковий джедай, стіна его, драйвстеп, спім*). За словами опитуваних, запозичені слова (особливо номінації на позначення назв професій) звучать досить солідно, наприклад, *сек'юріті* та *менеджер клінінгової компанії* (ср.: *охоронець і прибиральник*). Більшість запозичень із позитивною конотацією не мають загальноновживаних нейтральних українських відповідників, що свідчить про доцільність запозичення та його мотивацію переважно екстралінгвальними чинниками (культурною і технічною взаємодією з носіями іншої мови) [4, с. 26].

До групи запозичень із негативною конотацією можемо віднести найбільш дратівливі номінації для носіїв мови. У число таких запозичень увійшли: *лайфхак, мітболи, лук, пранк, експірієнс, мейбі, харасмент, воркшоп, юзабіліті, іміджборд, скіл, донат, панкейк, букінг, крафтовий, коворкінг, мітан, чіл, левел, трабли, фейл, хайп, булінг, лакшери, чайлдфрі*. Як бачимо, всі запозичення з негативною конотацією мають власне українські відповідники із нейтральною конотацією [3, с. 89].

Проте, маємо зазначити, що якість приписуваної конотації одному й тому ж запозиченню може відрізнятись серед різних соціальних груп. Так, у молодіжному середовищі використання англійських номінацій, що вже мають нейтральний еквівалент у рідній мові може вважатись позитивним і набувати в контексті висловлювання яскраво вираженого прагматичного забарвлення (завдяки використанню таких номінацій мовець ніби ідентифікує себе як частину певної соціальної групи, що позитивно впливає на психоемоційний контекст певного комунікативного акту).

Одним із шляхів розв'язання проблеми «дратівливливих запозичень» може бути вживання питомих українських слів або узвичаєних запозичень. Так, зокрема, можуть бути підібрані українські еквіваленти до таких запозичених слів: *уїк-енд* — *вихідні*; *хоррор* — *жах*, *фільми жахів*; *онлайн \ оффлайн* — *у мережі \ не в мережі*; *лайк* — *вподобайка*; *кава-брейк* — *коротка перерва, перерва на каву*; *коуч* — *тренер*; *лук* — *зовнішній вигляд*; *бойфренд* — *хлопець* [6, с. 170].

Наявність запозичень на будь-якому етапі існування мови свідчить про її розвиток, адже мова – це живий організм, тому припинення процесу засвоєння запозичень, а особливо в умовах глобалізації, неможливе і недоцільне. Хоча надужиток англіцизмів ми розглядаємо як негативний чинник, як засмічення мови, нині в українську мову вже увійшли й міцно закріпилися комп'ютерні терміни, назви танцювальних елементів, номінації на позначення процедур у салонах краси і SPA, інтернет-жаргон тощо. Безумовно, є слова, наявність яких необхідна для позначення нових явищ, особливо, якщо йдеться про галузеві терміни, проте, на нашу думку, варто деякою мірою обмежити вживання іноземних слів, еквіваленти яких вже існують в українській мові. Також заслуговує на увагу той факт, що люди, які використовують іноземні слова у своєму мовленні задля досягнення певного стилістичного чи прагматичного ефекту, іноді не знають їхнього реального значення, що може стати причиною непорозумінь і комічних ситуацій.

Безумовно, ця проблема постає не лише в Україні, але й не менш гостро вона усвідомлюється європейцями. Так, наприклад, у Франції з ініціативи Жака Тубона (Jacques Toubon), який з 1993 по 1995 рр. обіймав посаду міністра культури, і якого недоброчливці уїдливо називали «міністром франкофонії» через те, що він проводив послідовну державну політику проти такого негативного явища як «*franglais*» (експансія англіцизмів і англійських синтаксичних зворотів, а принагідно зазначимо, що цей процес почався ще наприкінці 50-х ХХ ст., оскільки термін «*franglais*» уперше використав у 1959 р. французький філолог, письменник, перекладач і літературний критик Maurice Rat), був прийнятий закон № 94-665 щодо заборони англіцизмів і навіть укладений перелік рекомендованих питомих французьких слів замість англіцизмів. За цим законом, основна частина публічних виступів, реклами або фільмів, повинна супроводжуватися перекладом французькою мовою. Більше того, відповідно до закону № 94-88 від 1 лютого 1994 р. мінімум 40% пісень, які пускають у радіоефір з 6.30 до 22.30, повинні звучати французькою мовою.

Трепетне ставлення до мови в Іспанії виражається в спробах знайти питомі іспанські слова на позначення нових концептів. Так, наприклад, слово *computer* має два іспанських позначення: *computador* і *ordenador*, при цьому друга, так би мовити «іспанська» форма, набула більшого поширення [1, с. 167]. Між іншим, у французькій мові також вживається слово «*ordinateur*», а шведи використовують термін «*dator*», що свідчить про наявність пуристичних тенденцій у європейських мовах.

Отже, неконтрольована кількість англiцизмiв в українській мовi натеper є проблемою. У цьому контекстi вiдкритим залишається питання: чи слiд iз нею боротися на законодавчому рiвнi (наприклад, заборонити надмiрне (i часто невиправдане!) уживання iноземних слiв, що мають український еквiвалент, у пресi, рекламi, на телебаченнi або змусити прибрати з меню слова *кукiс* чи *мафiн*)? Автори статтi усвiдомлюють, що в умовах глобалiзацiї та поширення iнформацiйно-комунiкацiйних технологiй зупинити цей процес практично неможливо, але, на наш погляд, необхідно його контролювати й пригальмувати, тим бiльше, що європейські країнi вже мають у цьому значний i позитивний досвiд, який може стати в нагодi й українцям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н. Ф. Язык, познание и культура: когнитивно-семиологическая синергетика слова / Н. Ф. Алефиренко. – Волгоград : Перемена, 2006.– 227 с.
2. Аристова В. М. Англо-русские языковые контакты (англицизмы в русском языке) / В. М. Аристова. – Л. : ЛГУ, 1978.– 211 с.
3. Банщикова М. А. Об англоязычном заимствовании как языковом феномене (на примере англоязычного профессионального жаргона в немецком рекламном медиадискурсе) / М. А. Банщикова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №11 (29). – С. 14 - 20.
4. Володарская Э. Ф. Заимствование как универсальное лингвистическое явление / Э. Ф. Володарская // Вопросы филологии. – 2010. – № 1(7). – С. 25 - 29.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград, 2002.– 477 с.
6. Касьянова Л. Ю. Заимствование концептов как релевантный фактор обновления концептосферы языка / Л. Ю. Касьянова // Вестник ТГУ. – 2008. – №6 (62). – С. 175 - 180.