

**Фурман-Чоботько І. А.,**  
старший викладач кафедри української та іноземних мов  
Одеського державного аграрного університету

## ЛЕКСИЧНА ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ В РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

**Анотація.** Статтю присвячено з'ясуванню механізму міжмовної інтерференції в рекламних текстах. Причиною мовних помилок є порушення норм української літературної мови, що призводить до зниження рівня культури мовлення, а також до такого явища, як інтерференція. Основні причини, що породжують лексичну інтерференцію, – це семантичні і структурні розходження в лексичній російській й українській мов.

**Ключові слова:** реклама, мовні помилки, лексична інтерференція, білінгвізм, міжмовна омонімія.

**Постановка проблеми.** У нашому мінливому світі небагато таких явищ, які б зберігали актуальність та вагомість для суспільства протягом багатьох століть. Та ми впевнено можемо віднести до такої низки «довгожителів» постійного супутника людини та її витвір – рекламу. Адже вона стала рушійною силою не тільки ринку товарів та послуг, реклама визначає напрям і стиль нашого життя, атакує нашу свідомість і проникає в підсвідомість, формує наші бажання і потреби і, нарешті, «вирішує» майже всі життєві проблеми людини. Проблема помилок під час написання рекламних текстів залишається однією з найбільш дискусійних. Це явище потребує комплексного дослідження для визначення стану сучасної української мови. Цим чинником посилюється актуальність представленого дослідження. Зазначимо, що, оскільки мова є матеріалізацією мислення взагалі, то мова рекламної продукції, мова газети, що відбиває складні соціальні процеси, матеріалізує не тільки особисту, а передусім суспільну свідомість, впливає на вироблення громадської думки, допомагає у формуванні певного типу соціальної поведінки людини.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Рекламний текст як предмет лінгвістичного дослідження є об'єктом аналізу як закордонних, так і вітчизняних мовознавців, які досліджують рекламні тексти в різних аспектах: загальний лінгвістичний опис рекламних текстів (К. Бове, О. Зелінська, О. Медведєва, Г. Почепцов); власне лінгвістичний аналіз рекламних текстів на різних мовних рівнях: фонетичному (О. Ксензенко, І. Лисичкіна); лексичному (І. Соколова, С. Федорець); морфологічному (О. Зелінська, В. Зірка, Є. Ісакова); синтаксичному та структурно-семантичному (О. Зелінська, Н. Коваленко, Ю. Корнева, О. Медведєва). Більшість книг про рекламний текст як вітчизняних, так і закордонних авторів присвячені техніці написання ефективних оголошень.

**Матеріалом дослідження** стали тексти одеських вивісок та рекламних оголошень, які були зібрані з одеських газет: «Чорноморські новини», «Одесская жизнь», «На пенсії», «Одесская реклама», «Одеські вісті» (випуски за 2017 р.). **Предмет** дослідження – мова преси (газетних матеріалів), тексти одеських вивісок. **Об'єктом** дослідження є помилки в текстах рекламних оголошень. Загальна кількість помилок становить 80, що є достатнім для нашого дослідження. Збільшення обсягу, на нашу думку, змінить якість помилок.

**Метою статті** є з'ясування механізму міжмовної інтерференції в рекламних текстах. Під час дослідження використовувалися

описовий метод, прийоми класифікації та систематики, кількісної інтерпретації.

**Виклад основного матеріалу.** Те саме інтерферентне явище можна схарактеризувати з різних позицій: з погляду виникнення, характеру виникнення, належності до різних мовних рівнів тощо. Тому і кваліфікуються інтерферентні явища по-різному. У методичній літературі з вивчення другої мови розрізняють такі види інтерференції: за походженням – зовнішня і внутрішня; за характером переносу навичок рідної мови – пряма й опосередкована; за характером виявлення – явна та прихована; за лінгвістичною природою – рівнева (фонетична, лексична, граматична й ін.). Розглянемо інтерференцію, що відбувається на словотвірному, морфологічному та лексико-семантичному рівнях у рекламних текстах. Головною причиною виявлення всіх цих видів інтерференції є розходження в структурі мовних одиниць. Здійснимо класифікацію та систематизацію 80 помилок, що були зібрані з текстів одеських вивісок та з рекламних текстів газет.

Взаємодія близькоспоріднених української та російської мов має суттєві особливості щодо лексичної інтерференції: з боку діакронії, це тривале й стійке явище, яке постійно супроводжує мовленнєву діяльність так званих білінгвів; стійкість інтерференції за близькоспорідненою мовною взаємодією зумовлена її семантичною індиферентністю для мовців, а також яскраво вираженим взаємоспрямованим характером у процесі комунікації, що впливає на мовленнєву поведінку тих, хто користується двома мовами. До соціальних ознак, що впливають на ступінь лексичної інтерференції, належать: місце проживання, рівень освіти, соціальне становище та вік мовців. Найчастіше інтерферують лексичні елементи жителів міст, що мають середню або ж неповну середню освіту, належать до середнього і старшого покоління. Джерелом лексично-семантичної інтерференції в умовах контактування близькоспоріднених української і російської мов є: загальна частотність вживання слів у різних і передусім побутових сферах комунікації; розбіжності лексичних відповідників на формальному (диференційна лексика) і семантичному рівнях (наприклад, міжмовна омонімія, різний обсяг та зміст когнітивного компонента значень слів, різні структури лексем та ін.) [4, с. 6]. Нарешті, здебільшого в українському мовленні інформантів виявлено явище, яке можна визначити як *параінтерференція*. Це стосується слів, що потрапили до української мови внаслідок конвергентного впливу і яким решта мовців віддає перевагу, тобто вживає слова типу *ворота* замість *брама*, *шерсть* замість *вовна*, *одяло* замість *ковдра*, *галстук* замість *краватка*. Семантична інтерференція мов (зміни в лексико-семантичній системі мов внаслідок лінгвістичної взаємодії) здійснюється в трьох напрямках: безпосереднього запозичення лексичних одиниць однієї мови іншою, структурного калькування будови лексичних одиниць та семантичного запозичення. Було б помилкою думати, що лексичне запозичення не відбивається на лексико-семантичній системі тієї мови, яка здійснює запозичення. Лексичні запо-

зичення не є маловажливим явищем в історії мови. Хоча деякі дослідники вважають це негативним явищем. Проте варто пам'ятати, що поруч із семантичним запозиченням семантична інтерференція проявилася і в негативних семантичних запозиченнях. Йдеться про втрату мовою певних успадкованих слів залежно від іншомовного вжитку.

Дослідження семантичних запозичень пов'язані зі значними труднощами, бо явища, які спостерігаються в цьому процесі, багато в чому нагадують явища, які внутрішнього словотворення. Справді, зміни значень слів надзвичайно різноманітні, і часто не можна з певністю сказати, чи нове значення слова виникло в даній мові, чи воно народилося цілком незалежно. Так само дуже важко буває визначити, чи нове слово виникло в мові за зразком іншомовної структури, чи воно утворено самостійно. Ці труднощі пояснюються тим, що навіть у контактуючих мовах можуть виникати незалежні одна від одної семантичні паралелі. Існують слова російської та української мов, які близькі за формою, але різні за змістом та вживанням. У лінгвістиці такі слова мають назву міжмовних омонімів. За своїм походженням це етимологічно зв'язані слова, які розвили різні значення в кожній із мов, а також паралельні утворення з різною семантикою та неоднаково осмисленні в російській та українській мовах запозичені слова. Вони викликають певні труднощі під час вивчення мови, оскільки з переходом від однієї мови до іншої мовці нелегко позбавляються звичних семантичних зв'язків та асоціацій, через що припускаються інтерферентні помилок. Найбільш піддаються інтерференції ті лексичні одиниці обох мов, які мають часткову семантичну схожість, бо мовці ототожнюють значення цих одиниць, узгоджують їх. Особливо «підступною» є міжмовна омонімія близькоспоріднених слів. Формальна та семантична близькість слів у цих мовах часто призводить до того, що мовці не помічають дуже тонких і водночас важливих семантичних і стилістичних нюансів, на що свого часу звернув увагу М. Рильський: «Давно вже відмічена помилковість думки, нібито перекладати з близьких мов легше, ніж з мов далеких. Переклад українською мовою, скажімо, з російської або білоруської викликає специфічні, не завжди переборені труднощі, він ховає в собі багато небезпек – існування в споріднених мовах слів, які однаково або майже однаково звучать, але позначають різні речі» [2, с. 114].

Міжмовна омонімія – яскрава ознака самобутності тієї чи іншої мови. Невипадково в полеміці з великодержавниками, теоретиками «єдиної та неподільної», тими, хто заперечував самобутність української мови й називав її наріччям російської, українські вчені, які відстоювали положення про самобутність української мови, не раз посилалися на слова, які за однакового звучання в українській і російській мовах мають різні значення. В умовах білінгвізму такі слова спричиняють інтерферентні помилки, що пов'язано з давно вже поміченою тенденцією вносити мовцями обох мов в одну з них прийоми, характерні для іншої мови. З усіх спричинених інтерференцією помилок семантичні кальки найбільш поширені. Як слушно зазначив А. Абаєв, «при переході з однієї мови на іншу можна досконало засвоїти вимову іншої мови, але важко, майже неможливо відмовитись від звичних семантичних зв'язків і асоціацій» [1, с. 66]. Кожне слово – коли воно органічне в цій мові – пов'язане тисячами незримих ниток із рештою мовних форм, і порушення цих зв'язків веде до руйнування самої мови. Бо така організація мови обертається її деградацією. Яка шкода

від такого мавпування? Єдиним джерелом словотворчості ми робимо мову сусіда. Запозиченням чужих моделей слів ми занебдуємо свої власні і руйнуємо неповторну тональність нашої мови, обертаючи її на мову-супутника, прив'язану до мови-ядра [1, с. 105]. Особливо схильні до інтерференції ті лексичні одиниці обох мов, які мають часткову семантичну схожість, бо інтерференція полягає саме в ототожненні одиниць змісту та «приведенні їх у повну відповідність».

Отже, ознайомлення з міжмовними омонімами, вивчення їх семантичної специфіки важливе передусім для прикладних завдань лінгвістики – піднесення культури мовлення, яке зумовлює не тільки граматичну правильність та правильність правопису та вимови, але й адекватність висловлень, точне мовне вираження завдання та змісту повідомлення. А це виявляється складним не тільки для звичайних носіїв мови, але й для людей, що професійно володіють мистецтвом перекладу. Отже, під час вивчення другої мови важливо звернути увагу на факти, які можуть негативно відбитися на рівні володіння білінгвом двома мовами.

Треба зазначити, що «відмінності в парах слів (у міжмовному плані) можуть бути зведені до закономірних відповідностей, наявних у системних відношеннях мов, що контактують: фонетичних, графічних, орфографічних, акцентологічних, словотвірних-морфологічних. Відмінності у формі слів, які нівелюються наявністю таких відповідностей, у свідомості білінгва практично не враховуються внаслідок багаторазового використання двох мов (двох планів вираження), бо мовленнєвий апарат його здатен автоматично переключатися на потрібний код. Виникає закріплення цих відповідностей у пам'яті, які більшою мірою мають стійкий характер та не сприймаються як відмінності в межах близькоспоріднених мов» [3, с. 12]. Наведемо приклади помилок, в яких ми спостерігаємо так звану «сумісну несумісність», де крамниця чи побутова установа, або рекламне оголошення у своєму найменуванні поєднують слова двох мов, що призводить до функціонування горезвісного суржика не лише в побутовому мовленні, а фактично на офіційному рівні: *мини-завод «Газована озонована вода» (Гідровий провулок); продукти 24 години «Домино» (вул. Дерибасівська); магазин «Продукти 24 години» (вул. Левітана); Вечірній одяг. Свадебний салон (вул. Канатна); баня «Чисте здоров'я» (вул. Степова); автокурси: підготовка водителів «В, ВС, С, Д, Е» («Одеська реклама»); курси «Ефект» («Одеська реклама»); 4–7 лютого 2017 р. Міжнародна виставка. Нитки. Ткани. Фурнітура («На пенсії»)). Наведемо приклади помилок, що утворилися шляхом структурного калькування будови лексичних одиниць. Можна сказати: це російські слова, написані українськими літерами. Трапляється багато текстів рекламних оголошень, створених невідомо якою мовою, що й призводить до функціонування суржика: *консультації ведучих спеціалістів-офтальмологів для дітей і дорослих; виготовлення коригуючих окулярів з пластиковими та скляними лінзами; продається срочно офіс; гарантує вам постійний дохід; туристична фірма «Яна»: продаж залізничних квитків, продаж та бронювання авіаквитків; широкий вибір лесниць; об'являється набір співробітників для роботи в центрі міста. АН «Держава». Дзвоніть 7771819; пред'явителю талона – консультація невропатолога безкоштовно; блу автомобілі; продаємо блу обладнання фірми «Ігла»; Металобаз. Наше слово – залізо! Уточняйте адреси складських точек!; кондиціонери охолод-**

жують *літом*, зігрівають зимою; ювелірні вироби та *драгоцінності*; прийом *заявлень* до 20.02.17 включно; *англійський* доступний всім; вітряні *мельниці* (таксі). Трапляється неправильне розуміння семантики слова: *мійка* машин (вул. Середньофонтанська); пошук *слухної роботи*; *довіра* на право участі у загальних зборах; *громадянська безпека*; загальна *площина* 35 м<sup>2</sup>; «Автомобілі»: знайдіть *місто* у нашому щотижневнику; *запрошуємо на роботу у нерухомості*, *зідний офіс у центрі Одеси*, *безкоштовне навчання*. Якщо подивитися в «Тлумачний словник української мови», ми побачимо, що лексема «термін» має значення «проміжок часу», «строк», «момент», але не час. А слово «мійка» має такі значення: «ганчірка, віхоть для миття чого-небудь», «приспособлення для миття». Процесуальне значення відповідає іншій лексемі – «миття». Лексема «громадянський» – прикметник до громадянин, «власний свідомому громадянину» (наприклад, громадянська війна, панахида, шлюб). А слово «громадський» має такі значення: «який виникає, відбувається в суспільстві або стосується суспільства, зв'язаний із ним; суспільний» (наприклад, громадські інтереси, порядок, думка), «належний усій громаді, усьому суспільству». Тому правильно зі словом «безпека» вживати слово «громадський». Лексема «довіра» має значення «те саме, що довір'я (ставлення до кого-небудь, що виникає на основі віри в чийсь правоту, чесність, щирість і т. ін.)». А «доручення» – це документ, що дає право діяти від імені особи, що видала цей документ, довіреність. Саме це значення малось на увазі в оголошенні. Такі помилки трапляються через неправильне розуміння внутрішньої форми слів, що є однією з найважливіших ознак зіставлення близькостпоріднених мов: саме через відмінності вмотивованості назв найяскравіше виявляється національно-специфічне бачення світу різними мовними культурами. За цією ознакою виділяються такі підгрупи відповідників: а) слова, які збігаються за первісною ознакою мотивації: рос. *сочинение* – укр. *твір*, рос. *часы* – укр. *годинник*, рос. *общежитие* – укр. *гуртожиток*; б) слова, які мотивовано різними семантичними ознаками: рос. *прихожая* – укр. *передпокій*, рос. *воскресенье* – укр. *неділя*, рос. *свадьба* – укр. *весілля*; в) слова, які в одній із мов мають стерту або ж невідому мотивацію, а в мові зіставлення ця мотивація відома і відчутна: рос. *этаж* – укр. *поверх*, рос. *стакан* – укр. *склянка*, рос. *краска* – укр. *фарба*, рос. *невеста* – укр. *наречена*.

Аналіз лексико-семантичних відповідників різних мов за внутрішньою формою має не тільки національно-культурологічне, а й лінгводидактичне значення. Під час оволодіння другою мовою швидше засвоюється лексика із прозорою мотивацією, яку наша свідомість спроможна швидко декодувати і міцніше приєднати до назв своєї мови.

Отже, *лексична інтерференція* – це відхилення від норм слововживання внаслідок перенесення значення слів російської мови, їхніх лексичних особливостей на українську мову. Основні причини, що породжують лексичну інтерференцію, – це семантичні і структурні розходження в лексиці російської й української мов. Розглянемо помилки, що трапляються на морфологічному рівні: *Ремонт одяга* (вул. *Левітана*); *продукти і овочі* (вул. *Краснова*); *маркопіці* (вул. *Пушкінська*); *обмін валюти* (вул. *Канатна*); *розпродажа (5 станція Великого Фонтана)*; *двері та вікна з металопластика* («Одеська реклама»); *вікна та двері на радість сусідам* («Чорноморські новини»); *прийом до лікаря по вівторкам, четвергам* («На пенсії»); *ліку-*

*вання при остеохондрозах* (у т. ч. *головна біль, запаморочення голови, болі у спині, у руках та ногах*) («На пенсії»); *одягніть ваші вікна зсередини та захістить їх зовні!* («Одеська життя»); *збережимо смак у майбутньому* («Одеська реклама»).

В останніх двох прикладах, якщо це дієслова дійсного способу, то записані вони неправильно, оскільки дієслова І дієвідміни в 1 особі множини мають закінчення -емо (*збережемо*). У наказовому способі в 1 особі множини дієслова мають закінчення -імо (*збережімо*), а в 2 особі множини – -іть (*захістять*). Щодо слова *біль* спостерігається перенесення граматичної категорії роду з російської мови (рос. *боль* – жіночого роду; укр. *біль* – чоловічого роду). Загалом, граматичні розбіжності між російськими й українськими іменниками не впливають на семантику лексичних відповідників.

Розглянемо словотвірні помилки в рекламних текстах. Тут береться до уваги неправильне творення слів, тобто слова утворюються від твірного слова, якого немає. Саме тому і з'являються ці гібридні форми. Наприклад, *ігровий* ← *ігра*. Звичайно, велику роль у появі таких помилок відіграв вплив російської мови. Можна сказати, що ці слова утворені від російських твірних слів чи за допомогою російських засобів творення, перероблених на український лад. Наприклад, *побувавши*. Суфікс -вш- є російським суфіксом дієприкметників, він невласливий українській мові. Такі слова і звороти своєю штучністю дискредитують українську мову, обертають її на важкий для спілкування офіційний жаргон, який не приваблює мовців. В українській мовній практиці поширилися розгорнуті дієприкметникові звороти: *що співає, що плаче, що має*, які цілком довільно виконують функцію дієприкметникових форм у літературній мові. Інакше кажучи, запровадження цих штучних форм збіднює нашу мову, веде до забуття виробленої протягом століть лексики. Ми перекреслюємо вже вироблену лексику і починаємо виробляти нову. З другого боку, своєю появою ці форми завдячують недостатньому знанню мови та небажанню глибше зануритися в мовні проблеми. Наведемо приклади таких помилок: *Виставочно-торговий центр* (вул. *Середньофонтанська*); *ігрові автомати* (вул. *Левітана*); *обслуження аудіотехніки* (вул. *Канатна*); *бар «Зимня вишня»* (вул. *Корольова*); *система ігрових автоматів* (вул. *Канатна*); *лікеро-водочні вироби* (вул. *Черняхівського*); *техніка, побувавши у використанні* (вул. *Терешкової*); *майновий комплекс складових та виробничих будівель, споруд* («Чорноморські новини»); *розірвати мирову угоду* («На пенсії»); *вентильюємі системи, фасади* («Одеська життя»); *водовідталкуючі рідини для фасадів* («На пенсії»).

**Висновки.** Отже, причиною появи мовних помилок є порушення норм української літературної мови, що призводить до зниження рівня культури мовлення, а також до такого явища, як інтерференція. Основні шляхи подолання негативних мовних явищ та покращення мовної системи в Україні (мовознавчі, правові заходи): зробити українську мову знаряддям здобуття знань, морально-психологічного, соціального, професійного самоутвердження, засобом просування по службі, тобто створити стимули для ширшого використання державної мови, зробити її престижною; створити такі громадські організації, які б задовольняли потреби україномовного населення, сприяли б подоланню психології вторинності, меншовартості; мовна політика держави повинна стати більш цілеспрямованою і контролювати виконання законів щодо мови; усвідомлення самими мовцями необоротності цього процесу і доцільності своєї участі в ньому.

*Література:*

1. Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне «Я». К.: Академія, 2001. 240 с.
2. Рильський М. Ще про переклади. Письменники про свою роботу. К., 1956. С. 114–119.
3. Ровдо И. Межъязыковая омонимия в условиях русско-белорусского и белорусско-русского билингвизма: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Минск: Изд-во БГУ, 1980. 19 с.
4. Русанівський В. Прогностичні функції соціолінгвістики. Мовознавство. 1989. № 1. С. 3–10.

**Фурман-Чоботко І. А. Лексическая интерференция в рекламных текстах**

**Аннотация.** Стаття посвящена изучению механизма межъязыковой интерференции в рекламных текстах. Причиной возникновения речевых ошибок является нарушение норм украинского литературного языка, что приводит к снижению уровня культуры речи, а также к такому явлению, как интерференция. Основные причины, порож-

дающие лексическую интерференцию, – семантические и структурные различия в лексике русского и украинского языков.

**Ключевые слова:** реклама, речевые ошибки, лексическая интерференция, билингвизм, межъязыковая омонимия.

**Furman-Chobotko I. Lexical interference in advertising texts**

**Summary.** The article is devoted to the clarification of the mechanism of interlingual interference in advertising texts. The cause of language mistakes is the violation of the norms of the Ukrainian literary language, which leads to a decrease in the level of speech culture, as well as to a phenomenon such as interference. The main causes of lexical interference are the semantic and structural differences in the vocabulary of the Russian and Ukrainian languages.

**Key words:** advertising, language mistakes, lexical interference, bilingualism, interlingual homonymy.