

Данчишин Н. Р.,
молодший науковий співробітник
Міжнародного інституту освіти, культури та зв'язків з діаспорою
Національного університету «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМА ЗАСИЛЛЯ АНГЛІЗМІВ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНОМОВНОМУ ДИСКУРСІ: ЯК ЦЕ ВИКОРИСТАТИ У ВИКЛАДАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Анотація. У статті проаналізовано характер сучасного впливу англійської мови на українську, окреслено його негативні тенденції. Запропоновано використовувати «інтернаціоналізми» для засвоєння питомих слів під час навчання української мови як іноземної. Наведено приклади навчальних вправ.

Ключові слова: англізми, варваризми, українська мова як іноземна, українська літературна мова.

Постановка проблеми. Сьогодні в мовленні українців мовознавці (зокрема К. Городенська [1], О. Сербенська [2], О. Ситенко [3], Ю. Молоткіна [4], Л. Соколова [5] та ін.) спостерігають щораз більше засилля англізмів, часто зовсім не пристосованих до граматичної системи української мови, себто варваризмів. Практика надмірного вживання таких слів поширена не лише в побутовому спілкуванні, а й у громадсько-політичному, науковому, художньому дискурсах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пояснюючи це явище, Ю. Молоткіна зазначає, що «у сучасному суспільстві володіння англійською мовою вважається престижним, крім того, англійська мова має статус міжнародної мови спілкування майже в усіх сферах діяльності; тому багато мовців у своєму мовленні новітні англізми для того, щоби справити враження освіченої людини» [4, с. 288]. Запозичення з англійської мови часто «втручаються» у граматичну систему мови української. Л. Соколова зауважує: «Нині ми все більше приєднуємо прикметник до іменника аналітичним способом. Наприклад, інтернет-магазин, а не мережевий журнал. Де-неде замість прикметників з'являються аббревіатури: 3D-фільм, IT-технології» [5]. Відтак вона непокоїться, «аби в українській мові не повторився болгарсько-турецький сценарій»: «Турецька мова є аглютинативною (від латинського слова *agglutino* – приклеювати). При відмінюванні слів турки приєднують до незмінної основи т. зв. частинки (афікси). І хоча граматичне ядро мови вкрай важко розхитати – за понад 300 років турецької окупації болгарська мова таки перейняла турецький спосіб словотворення. І тепер клеїть між собою болгарські слова» [5].

Цю тривожну обставину в теперішніх «взаєминах» української та англійської мов виокремлює і К. Городенська. На її думку, запозичення складних одиниць, що «поєднують два іменники, перший із яких виражає атрибутивне значення, є наслідком перенесення на ґрунт української мови словотвірної моделі англійської мови», причому «велика кількість цих іменників уже зафіксована в орфографічних словниках, незважаючи на те, що вони деформують граматичну норму української мови виражати атрибутивність за допомогою прикметника й обмежують відіменникове творення прикметників, тому це дає підстави стверджувати про деструктивний вплив англізмів на українське прикметникове словотворення» [4, с. 287].

Наприклад, набули поширення конструкції: *бізнес-новини, пі-ар-кампанія, медіа-підтримка* замість словосполучень зі спільнокореневими прикметниками на кшталт: *бізнесові новини, пі-арівська кампанія, медійна підтримка*. Часом за таким зразком «ламаються» й уже усталені вислови, тож у мовному «обігу» з'являються прямі кальки з англійської, як-от «*кава-перерва*» («*кофі-брейк*») замість «*перерви на каву*».

Утім, за спостереженнями О. Ситенко, «немало англізмів українська мова адаптує повністю, фонетизуючи і морфологізуючи їх; багато з них стають словотвірно продуктивними, формуючи цілі словотвірні ряди або навіть гнізда <...>: *приватизація, деприватизація, реприватизація, приватизаційний, приватизатор, приватизувати; інвестор, інвестувати, інвестиція, інвестиційний, реінвестиція; деномінація, деномінаційний, деномінувати* тощо» [3, с. 3]. З-поміж таких успішно «перетравлених» запозичень В. Бабенко й О. Сербенська вирізняють прикметник *медійний*, який, на їхню думку, «органічно вписався в численну групу словотвірно однотипних утворень, сформованих за однією продуктивною моделлю – від твірного, іншомовного за своїм походженням слова, морфологізованого українським формантом -ія + прикметниковий суфікс -н (ий)», тобто: *аварійний* ← *аварія*, *агітаційний* ← *агітація*, *біблійний* ← *Біблія*, *вібраційний* ← *вібрація*» [2, с. 272]; дослідниці подають іще низку прикметників, утворених за цією ж моделлю: *дискусійний, еволюційний, емоційний, енергійний, інверсійний...*» [2, с. 272].

Водночас О. Ситенко зазначає: «Серед запозичень-англізмів можна виділити групу слів, які ще виразно зберігають свою чужомовну оболонку, скоріше від того, що їхнє запозичення відбувається безпосередньо в сучасний біжучий момент (вислів авторки – Н. Д.): *хелі-енд, о'кей, хот дог, гуд бай, білборд, джусік, селебриті, проспериті, екстезі, ноу-хау, гран-прі* тощо. Більша частина таких іншомовних неологізмів є невідмінюваними, вони мають більш-менш обмежену сферу використання, така лексика неактивна у словотвірному плані: вони майже не здатні до формування похідних одиниць» [3, с. 3].

До того ж, зростає кількість необґрунтованого вживання «новоприбулих» слів навіть у навчальних матеріалах для вивчення української мови. Наприклад, телепередача «Лайфхак українською», що виходить в ефір суспільного мовника «UA: Перший» [6]. Такою назвою програми автори, вочевидь, хочуть зацікавити передусім молодіжну глядацьку аудиторію, адже «*лайфхак*» – це сленгове поняття, яке «означає маленьку хитрість або корисну пораду, що допомагає вирішувати побутові проблеми, тим самим заощаджуючи час» [7]. Це слово утворене від англійського словосполучення «*life hacking*» (або «*Lifehack*»). Англійське поняття «*hacking*» питомого україн-

ського відповідника не має, тому його перекладають як «*гакерство*» (часто, причому, грішать неправильним відтворенням англійського звука «h» через «x»), себто під впливом російської мови кажуть «*хакерство*»); це, як відомо, термін із комп'ютерного світу. Задля мовної економії та завдяки «моді» на англійську лексема, відтворена, на жаль, за законами фонетики російської мови, поширилася в молодіжному середовищі як «*лайфхак*», хоча, за логікою відтворення іншомовних запозичень в українській мові, мала б звучати так: «*лайфгак*». Тож, як бачимо, творці навчальної передачі з вивчення української мови вже в самій назві допустили щонайменше дві помилки: ужили варваризм і неправильно відтворили його з мови походження внаслідок впливу російської фонетики. Таким чином, автори проекту замість підіймати рівень грамотності глядача мимоволі опускають свій власний рівень. Українською ж можна передати «*лайфгак*» як: «*життєва порада*», «*порада для життя*».

Окрім чинника «престижності», «модності» й «освіченості», О. Ситенко виокремлює ще чотири причини сучасних запозичень:

- 1) необхідність найменування нової реальності;
- 2) потреба спеціалізації понять, зокрема у тій чи іншій галузі, з будь-якою метою;
- 3) доцільність передачі назви реальності однослівною, а не описовою конструкцією;
- 4) необхідність використання запозиченого слова за відсутності прямого еквівалента в мові-реципієнті, який якнайточніше здатен передавати значення нововведеного терміна чи поняття» [3, с. 2].

Зі свого боку, С. Застровська і Т. Семенюк звертають увагу на екстралінгвістичні (зовнішні) й інтралінгвістичні (внутрішні) причини запозичень. У визначенні зовнішніх причин дослідники покликаються на С. Гриньова, що класифікував їх таким чином:

- 1) культурний вплив одного народу на інший;
- 2) наявність усних або писемних контактів країн із різними мовами;
- 3) підвищення інтересу до вивчення тієї або іншої мови;
- 4) авторитетність мови-джерела (що іноді призводить до запозичення багатьма мовами і появи інтернаціоналізмів);
- 5) історично зумовлене захоплення певних суспільних верств культурою чужої країни» [8, с. 4].

Для означення внутрішньолінгвістичних причин С. Застровська і Т. Семенюк послуговуються класифікацією В. Янга, який виокремив їх також п'ять:

- 1) колорит (Kolorit);
- 2) мовна економія (Sprachökonomie, Präzision und Kürze);
- 3) варіативність висловлень (Ausdrucksvariation);
- 4) евфемізація (Euphemismus, Verschleierung);
- 5) педагогічний аспект (Pädagogischer Aspekt)» [8, с. 5].

В. Адорно розрізняв із-поміж англійців «необхідні» запозичення («нові найменування, які з'являються з появою нових об'єктів номінації – нових предметів, технічних винаходів, нових ідей, номенклатур») і запозичення «зайві» (англійці, синонімічні тим, які вже існують у мові) [8, с. 7–8].

Власне, засилля англійців – явище міжнародне; сьогодні ці слова стають загальнорозумілими носіям різних мов і культур. Зокрема, така проблема вельми поширена в німецькій мові. Своєрідним тамтешнім «суржигом» є *Denglisch* – суміш німецької та англійської мов. У Франції ж за вживання англійців державні чиновники можуть поплатитися чималими штрафами.

Утім, попри згадані негативи, нашестя англійців можна використати для навчання іноземців словам української літературної мови. Тож **мета статті** – показати, як на практиці використати засилля англійців у процесі вивчення української як іноземної.

У навчальному процесі варто спершу ознайомити студентів з означеною проблемою, навести найпоказовіші приклади. Після цього запропонувати вправу, завданням якої є визначення в тексті слів, що їх можна замінити українськими питомими відповідниками (під час вибору завдань, ясна річ, треба зважати на рівень володіння українською мовою у представників навчального класу). Наприклад:

Спікер парламенту дав депутатам чіткий меседж, аби ті збільшили продуктивність власної роботи: «Поки дехто, замість ухвалювати конче потрібні країні закони, доїдає чізкейк і допиває мілкішейк у їдальні, наші недруги готують нові пастки: креативно поширюють чергові фейки через своїх тролів, що спамлять ними в коментарях під постами популярних пабліків і блогерів. Невже ви цього не бачите в девайсах, у які втупилися? Відкладіть бодай на мить усі свої гаджети, припиніть скролити розважальні сайти. Час працювати заради народу».

Текст рясніє виділеними жирним шрифтом англійцями, «модними» у сучасному мовленні й тиражованими у ЗМІ. Звернувши увагу на навмисну перенасиченість тексту цими варваризмами, запропонуємо студентам відшукати рівноцінні відповідники з української літературної мови, чимало з яких можна надібати на сторінці slovotvir.org.ua [9]. Отже, *спікер* українською – це *промовець*, однаке словосполучення *спікер парламенту* в контексті наведеного уривку варто замінити на вислів *голова парламенту*; *чізкейк* виправляємо на *сирник*, *мілкішейк* – на *молочний коктейль*; далі за текстом: *креативно* – *творчо*; *фейк* – *вигадка* (*фальшивка*, «*качка*», *брехня*); *троль* – *трунь*, *глумар*; *спамити* – *смітити* (у всесвітній павутині), *дошкулляти*, *зигзичити*; *коменти* – *коментарі*, *відгуки*; *пост* – *допис*; *пабліки* – *спільноти* (у соцмережах); *блогер* – *дописувач*, *денникар* (від слова *денник*, яке сучасні словотворці пропонують на заміну *блогу* [10]); *девайс* – *пристрій*; *гаджет* – *пристрій*, *пристосунок*, *знадіб*; *скролити* – *гортати*; *сайт* – *сторінка*.

Інший тип вправи з використанням «варваризмів»:

Знайти зайві «інтернаціоналізми» у мові сучасної реклами і, відповідно, замінити їх на слова літературної української мови.

Показуємо аудиторії відео, де таких прикладів хоч греблю гати; ось лише декілька таких рекламних гасел: «*Пати-тест зроблено: замовляй і забирай*» [11]; «*Вигравай незабутній уїк-енд у Німеччині*» [12]; «*Фокстрот: вперед за девайсами*» [13]; «*З безлічі гаджетів народився титан Ельдорон*» [14]; «*Кешбек 20%*» [15]; рюкзак «*Yes*» [16]; «*Гаджет на будь-який бюджет*» [17]; «*Зроби мені леп, зроби мені топ, у «Комфі» є ваще любий лептоп*» [18] тощо.

Відтак студенти впізнають знайомі слова-англійці і шукають до них правильні відповідники. Варто наголосити, що вживання варваризмів засмічує мову, тому бажано уникати їх під час ділового спілкування.

Висновки. Однією з найважливіших ланок повнокровного життя мови є формування власного молодіжного жаргону (балачки, сленгу), що виростає на ґрунті питомих українських словотворчих засобів. Поки такий процес не розпочнеться, молодь (та й не лише вона) і надалі схоплюватиме «новинки»

з англійського та російського мовних середовищ, здебільшого не прилаштовуючи їх до правил української мови. Отже, корінь проблеми, чому англізи так рвучко ввірвалися в лексикон українців, особливо юнацтва, лежить, зокрема, у відсутності питомого українського «сленгу». Утім, висвітлення цієї теми потребує окремого дослідження.

Література:

1. Городенська К. Нові запозичення і новотвори на тлі фонетичної та словотвірної підсистем української літературної мови. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/11718/1/Horodenska.pdf>.
2. Сербенська О., Бабенко В. Адаптація терміна Media в українській мові. Теле- та радіожурналістика. 2015. Вип. 14. С. 270–274.
3. Ситенко О. Лексико-семантичні особливості англомовних запозичень у сучасній українській мові. URL: http://linguistics.kspu.edu/webfm_send/1160.
4. Молоткіна Ю. Особливості вживання іншомовних запозичень у сучасній українській мові. Теоретична і дидактична філологія. Серія «Філологія». 2017. № 25. С. 283–290.
5. Громлюк І. Запозичення з англійської і що з ними робити? 2016. URL: <http://zahystmovy.org.ua/запозичення-з-англійської-і-що-з-ними-р/>.
6. Лайфхак українською. Вип. 1. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=T2IeHCzm8Sc>.
7. Лайфхак. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Лайфхак>.
8. Застровська С., Семенюк Т. Англіцизми та причини їх запозичення в сучасній німецькій мові. URL: <http://esnuir.eunu.edu.ua/bitstream/123456789/4124/5/anglic.pdf>
9. Словотвір. URL: <https://slovotvir.org.ua/>.
10. Блог. URL: <https://slovotvir.org.ua/words/blog#t6759>.
11. Українська реклама Intertop, стійкість. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VR08BsAZCn0&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw>.
12. Українська реклама SongerundSohne, виграй уїк-енд у SPA-готелі в Німеччині. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xa5ffWCvBxQ&index=6&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw>.
13. Українська реклама Фокстрот, не тягни волинку. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9XkKt1o3zU0&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw&index=10>.
14. Українська реклама Ельдорадо, Ельдорон. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=M1L29HxYmDs&index=19&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw>.
15. Українська реклама Vodafone, отримай кешбек 20%. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MKZyuekyTM8&index=22&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw>.
16. Українська реклама рюкзаки Yes. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bnW5rEpTHR0&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw&index=27>.
17. Українська реклама Comfy, є тупо всі смартфони в Комфі. URL: https://www.youtube.com/watch?v=QqJK_a3zfQI&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw&index=31.
18. Українська реклама Comfy, ваще любий ноутбук у Комфі. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0apStclphUQ&index=32&list=UUXJNobZgRDcSe2bL5mQOzYw>.

Данчишин Н. Р. Проблема засилья англицизмів в сучасному українськомовному дискурсі: як це використовувати в преподаванні української мови як іноземної мови. В статтю проаналізовано характер сучасного впливу англійської мови на українську, визначено негативні тенденції. Предложено використовувати «інтернаціоналізм» для усвоєння українських слів у час навчання українській мові як іноземній. Приведено приклади навчальних вправ.

Ключові слова: англицизми, варваризми, українська мова як іноземна, українська літературна мова.

Dancyshyn N. The problem of dominance of Anglicisms in contemporary Ukrainian discourse: how to use it in teaching Ukrainian as a foreign language

Summary. In the article the character of the modern influence of English language on Ukrainian language was analyzed and its negative tendencies were outlined. The “internationalisms” for learning specific words was proposed to use while studying Ukrainian as a foreign language. Examples of training exercises are proposed.

Key words: Anglicism, barbarisms, Ukrainian as a foreign language, Ukrainian literary language.