

Prosianyk Oksana. Temporary perspective of language activity within the understanding of «new» by Ferdinand de Saussure. The article presents the problem of time in a new way. The scientist insists on a temporal approach to being of the language activity, as an integral object of linguistics, in other words on anthropological and semiotic essence of time. Ferdinand de Saussure deals with the issue of typology of forms of a temporary state of the language. The comparison of new «Notes of General Linguistics» and canonical «The Course of General Linguistics» gave basis to establish what exactly happened when mixing idiosynchrony as the momentum state of language system and synchrony as a method of Saussure's linguistic concept. Saussure did not use the term achrony, as opposed to panchronistic approach, because he believed that the language is an anthropological real entity, and not the objective logical or spiritual entity, which exists in itself as an ideal phenomenon (according to A. Seshe)

Key words: time, synchrony, diachrony, idiosynchrony, panchronistic approach

Стаття надійшла до редколегії
17.05.2013 р.

УДК 811.161.2'373.45

Наталя Слобода

Специфіка мовної гри у графічно неадаптованих англiцизмах

У статті розглянуто графічно неадаптовані англiцизми, які використовуються у назвах і рекламі українських організацій для створення мовної гри. Схарактеризовано графічні засоби, завдяки використанню яких досягається цей ефект (виділення частин назви кольором, шрифтом, видозміна написання, поєднання кириличної та латинської графік). У переважній частині аналізованих назв виділено дві частини, яким надається додаткове значення. Встановлено, що лексичні значення, які беруть участь у мовній грі, викликають асоціації водночас з англійською та українською (або російською) лексемами за рахунок їх фонетичної подібності. З'ясовано, що мовна гра у графічно неадаптованих англiцизмах активізує увагу і мовні знання реципієнтів, однак викликає змішування різних мовних кодів і, як наслідок, варіанти розуміння назв.

Ключові слова: запозичення, графічно неадаптований англiцизм, мовна гра, додаткова семантизація, графічні засоби.

Постановка наукової проблеми та її значення. Глобалізаційні тенденції у сучасній економіці, техніці, суспільних процесах зумовлюють появу багатьох нових реалій в українській дійсності. Як наслідок лексична система української мови перебуває під активним впливом англійського словникового складу. Англiцизми функціонують в усіх суспільно значущих сферах спілкування, привертаючи значну увагу лінгвістів.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Серед аспектів дослідження англiцизмів виділяються чинники запозичення (Л. М. Архипенко, О. Лапінська), етимологія (Н. В. Волошина, М. Ярошенко, Л. Гудзь), особливості фонетичної та семантичної асиміляції (Т. О. Лелека, Л. Ф. Чернікова, Т. І. Смілик), лексико-семантичні групи (О. Дьолог, І. О. Коробова, О. Лапінська, В. П. Сніцар), словотвірну структуру (Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк) тощо.

Значна кількість англiцизмів продовжує вживатися в українській мові без адаптації до кириличної графіки. Особливо продуктивно ця група запозичень поповнюється у торговельно-розважальній сфері, де англiцизми використовують як назви закладів і організацій внаслідок мовної моди та з метою прагматичного впливу на споживача. Однак такі компоненти здебільшого не розглядаються дослідниками як одиниці української мови. Зокрема, Є. А. Карпіловська відрізняє їх від неозапозичень, кваліфікуючи як іншомовні вкраплення чи варваризми, тобто іншомовні слова, вживані у звуковій та графічній формі мови-джерела без адаптування до системи української мови, зокрема у випадку свідомої заміни такими словами питомої української лексеми з тим же значенням [5, с. 19]. Однак у багатьох випадках можемо спостерігати, що назви-англiцизми викликають у реципієнтів асоціації з українською або російською лексикою, стимульовані тими чи іншими графічними

засобами. У зв'язку з цим можна говорити про випадково або свідомо створюваний у таких назвах ефект мовної гри, аналіз якого є метою пропонованої статті.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У назвах організацій та рекламі обігрування запозичень досягається за допомогою різноманітних засобів як формально графічного характеру, так і контекстуального. О. В. Прокутіна вважає, що «багато прийомів мовної гри будується на фонетичній деформації слів, тобто на «перекручуванні» фонетичної форми слова, зазвичай не пов'язаному з його смисловим змістом» [7, с. 125]. В українських назвах більшою мірою змінюється не фонетична, а графічна форма слів, що дозволяє актуалізувати додаткові смисли, початково не передбачені словниковим значенням лексем.

Серед зафіксованих назв організацій переважають такі, що безпосередньо не пов'язані з характером їх діяльності, а отже, є незрозумілими для реципієнта. Однак у них здійснюється графічне обігрування, тобто умовне виділення у слові частин (переважно двох), що мають самостійне значення. Така додаткова семантизація досягається виділенням іншим шрифтом, кольором тощо і реалізує мовну гру. Наприклад, назва *галереї інтер'єрів FREEDOM*, на перший погляд, ніяк не пов'язана з оформленням інтер'єру, меблями тощо (оскільки в англійській мові *freedom* – воля, свобода). Однак частини слова виділені різними кольорами, тому у сприйнятті реципієнта назва розпадається на дві окремі лексеми, перша з яких – англійський прикметник *free* (вільний), друга в англійській мові є лише афіксом, а не окремим словом, але у жителів України, значна частина яких є двомовними, викликає асоціації з російським *дом* (будинок). За допомогою такої мовної гри назва торговельної організації відображає напрямок її діяльності.

Подібним випадком вважаємо і назву *салону меблів DecArt*, що натякає на прізвище видатного французького вченого Рене Декарта, хоча і не відповідає його правильному написанню ні в англійській, ні у французькій мові (*Descartes*), а є транскрибованим слов'янським прочитанням прізвища. Водночас зазначена назва має і друге значення, підкреслене написанням двох частин слова з великої літери. Очевидно, таке написання покликане показати реципієнту, що назва є складноскороченим словом, а її частини – першими частинами окремих двох слів: під *dec* мається на увазі декор, *art* – від англійського «1) мистецтво; ... 7) attr. художній» [1, с. 60] (що, до речі, зафіксовано і сучасними українськими словниками як «перша частина складних слів, що позначає мистецтво того напрямку, яке вказано в другій частині» [6, с. 23]). Тобто друге значення поданої назви відображає напрямок діяльності організації й повинне інтерпретуватися як «мистецтво декору».

Аналогічний процес представлений у назві *Business & Relax Hotel "GoodZone"*. У цьому прикладі спостерігається фонетичний збіг з географічними назвами затоки, протоки і річки, що носять ім'я британського дослідника Генрі Гудзона (*Henry Hudson*) [3]. Як і в попередньому випадку, за рахунок вживання великої літери слово розпадається на дві частини, що утворюють англійське словосполучення *good zone* – гарний, хороший район, що спрямовано на підкреслення вдалого розташування цього місця відпочинку, його комфортного облаштування тощо.

В аналізованих назвах здійснюється також додаткова семантизація українських та російських слів за рахунок написання їх в цілому або їх частин латиницею. За допомогою такого прийому обігрується російська лексема *простор*, використана у назві *ProStor магазини краси та догляду*. Тут, як і в попередніх прикладах, друга частина написана з великої літери, що дозволяє ідентифікувати її як окрему лексему (а точніше, американізм *store* – «4) *амер.* магазин, лавка» [1, с. 929] без останньої літери). Перша ж частина семантично пов'язана скоріше не з відповідним слов'янським прийменником, а з префіксом латинського походження *pro*, «що вживається для творення іменників і прикметників із значенням: 1) на зразок, подібний до; напр.: проантроп, прообраз і т. ін.; 2) який підтримує кого-небудь, виконує чийсь волю, розділяє чийсь погляди; напр.: прокомуністичний, профашистський і т. ін.» [2, с. 1142]. У назві актуалізується перше значення префікса, яке підкріплюється назвою структурної частини організації *ProSalon*.

Доволі неординарним випадком такої ж мовної гри вважаємо поєднання в одному слові кириличної та латинської графіки, як, наприклад, у рекламі чіпсів «Люкс»: *Врубай ЛЮКС ogiROCK!* Цей англіцизм відсилає до музичного стилю («стилю популярної музики, що характеризується чітким ритмом, застосуванням електромюзичних і ударних інструментів» [2, с. 1274]), тоді як і саме слово з подвійною графікою, і малюнок на рекламному щиті суміщають його з українською назвою овоча. Зокрема, для візуальної підтримки реклами використовується зображення ударної установки,

інструменти якої зроблені зі шматків огірка. Така реклама спрямована на підкреслення не лише нового смаку чіпсів, але й «креативності», джерелом якої вони неначебно є, розважального характеру і задоволення, «крутизни», з якими пов'язується оцінна характеристика зазначеного музичного напрямку.

Гібридні утворення, що поєднують в одному слові питомі й запозичені компоненти, традиційно називають графіксатами, графодериватами або графоваріантами [4, с. 116]. Однак зазначене утворення не можна відносити до графіксатів, оскільки в ньому кириличною та латинською графікою представлені не смислові частини слова, а формальні, однієї з яких надається додаткове значення. Графічне оформлення такого характеру вважаємо нетрадиційним прикладом мовної гри, який, на відміну від неолексем-гібридів, можна характеризувати лише як мовленнєве, але не мовне явище. О. В. Прокутіна вважає подібні графічні новотвори показовими для сучасного російського мас-медійного дискурсу: «Гра з двома мовами і алфавітами як виразний мовленнєвий прийом стає достатньо популярною, частотною та різноманітною» [7, с. 126].

Деякі з англломовних назв обігруються шляхом введення до рекламного тексту, в якому до мовної гри залучаються також фонетичні та граматичні особливості запозичень. Так, наприклад, назва магазину чоловічого та жіночого одягу *POSITIVE* міститься в рекламному гаслі у вітрині магазину: *Будь в POSITIVE!* Остання літера назви, яка за правилами англійської мови не читається, сприймається у такому реченні як закінчення іменника чоловічого роду в місцевому відмінку, що є нормативним для російської мови, тобто відбувається уподібнення до шаблонів російської мови. Це спричиняє змішування норм різних мов і створює у частини реципієнтів хибне враження знання англійської.

Значення англіцизмів в українських назвах обігрується також за рахунок їх видозміненого написання, як, наприклад, у назві компанії з широкоформатного друку *klever print*. Написання латиницею відсилає до англійського слова *clever* «1) розумний; 2) вправний, спритний, майстерний; 3) здібний, обдарований; 4) *амер. розм.* щиросердий, добродушний» [1, с. 177]. Зважаючи на характер діяльності організації, у її назві, очевидно, актуалізується друге значення. У той же час у наведеній лексемі міститься натяк на російську назву конюшини – *клевер* («Багаторічна трав'яниста бобова кормова рослина, що має трійчасті листки й квітки кулястої форми» [2, с. 571], листок якої зображений поруч із назвою як емблема організації. Наведений приклад яскраво ілюструє явище фонетичної мімікрії (звукового уподібнення) [7, с. 125], а точніше повного звукового накладання двох слів, що дозволяє активізувати обидва значення в одній мовленнєвій одиниці й виявляє подібність до метафори.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, розглянуті вище назви організацій і фрагменти рекламних текстів орієнтовані на ефект мовної гри, відображення подвійного значення. Це досягається, передусім, графічними засобами: виділенням частин назви кольором, шрифтом, видозміною написання, поєднанням кириличної та латинської графіки. Такі назви активізують увагу читача, апелюють до його лінгвістичної компетенції. Однак в аналізованих мовленнєвих одиницях лише одне із значень пов'язане з англломовними запозиченнями, в той час як інше орієнтує на українські або російські лексичні та граматичні особливості. Тому правильна їх інтерпретація вимагає від реципієнта швидкого переключення (і навіть паралельного використання) різних мовних кодів, що викликає змішування, плутанину в і без того неоднорідній мовній свідомості українців, а отже, не стільки розвиває останню, скільки укріплює в ній явище суржикю.

Джерела та література

1. Великий англо-український словник / [авт.-уклад. М. В. Адамчик]. – Донецьк : «Видавництво Сталкер», 2002. – 1152 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
3. Генрі Гудзон // Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%BD%D1%80%D1%96_%D0%93%D1%83%D0%B4%D0%B7%D0%BE%D0%BD
4. Кадырова Л. Д. Гибридные образования с аббревиатурным компонентом в интернет-коммуникации / Л. Д. Кадырова // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках : VI Международная научная конференция (Днепропетровск, ДНУ имени Олеса Гончара, 22–23 апреля 2013 г.) / [состав. Т. С. Пристайко]. – Д. : Нова ідеологія, 2013. – С. 115–117.

5. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі : монографія [Електронний ресурс] / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. – Режим доступу: http://lib.movahistory.org.ua/Dynamichni_procesy.pdf
6. Нові слова та значення : словник / [уклали: Л. В. Туровська, Л. М. Василькова]. – К. : Довіра, 2009. – 271 с.
7. Прокутина Е. В. Языковая игра как способ образования нестандартной лексики русского языка на базе английских заимствований [Електронний ресурс] / Е. В. Прокутина // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение». Вып. 41. – 2009. – № 7 (188). – С. 123–127. – Режим доступу: <http://www.lib.csu.ru/vch/188/024.pdf>

Слобода Наталья. Специфика языковой игры в графически неадаптированных англицизмах. В статье рассматриваются графически неадаптированные англицизмы, которые используются в названиях и рекламе украинских организаций для создания языковой игры. Охарактеризованы графические средства, за счет использования которых достигается этот эффект (выделение частей названия цветом, шрифтом, видоизменение написания, сочетание кириллической и латинской графики). В преимущественной части анализируемых названий выделены две части, которым придается дополнительное значение. Установлено, что лексические значения, которые участвуют в языковой игре, вызывают ассоциации одновременно с английской и украинской (или русской) лексемами за счет их фонетического подобия. Выяснено, что языковая игра в графически неадаптированных англицизмах активизирует внимание и языковые знания реципиентов, однако вызывает смешивание разных языковых кодов и, как следствие, варианты понимания названий.

Ключевые слова: заимствование, графически неадаптированный англицизм, языковая игра, дополнительная семантизация, графические средства.

Sloboda Natalia. Specifics of Language Play in Graphically Non-adapted Anglicisms. The article deals with graphically non-adapted Anglicisms used in names and advertising of Ukrainian organizations for creating of language play. Graphical means are characterized owing to which this effect is achieved (marking out parts of a name by colour, type, modification of spelling, combination of Cyrillic and Roman graphics). In majority of analyzed names two parts are marked out, which are given additional meaning. It is determined that lexical meanings participating in language play provoke associations with English and Ukrainian (or Russian) lexemes simultaneously owing to their phonetic likeness. It is ascertained that language play in graphically non-adapted Anglicisms makes recipients' attention and language knowledge more active, however it provokes mixing of language codes and consequently variants of understanding of names.

Key words: borrowing, graphically non-adapted Anglicism, language play, additional semantization, graphical means.

УДК 81'35:811.162.1

Наталія Совтис

Система вокалізму та консонантизму Л. Е. Венглінського з погляду її унормованості порівняно з польською мовою XIX ст.

У статті розглянуто систему вокалізму та консонантизму Л. Е. Венглінського на матеріалі польськомовних текстів. Спираючись на добір графічних засобів, а особливо певну послідовність або непослідовність під час їх добору, порівняно з орфографічними рекомендаціями граматик XIX ст., зроблено певні спостереження про існування в мові Л. Е. Венглінського діалектних та архаїчних явищ. Значну увагу приділено впливу української мови на систему вокалізму та консонантизму Л. Е. Венглінського.

Ключові слова: вокалізм, консонантизм, білінгвізм, архаїзм, орфографія.

Постановка наукової проблеми та її значення. Аналіз останніх досліджень цієї проблеми. Сучасні дослідження проблеми двомовності неодноразово підтверджують складність і неоднозначність цього поняття. Ґрунтовний аналіз мовних явищ в умовах полілінгвізму дає можливість не тільки встановити межі його поширення і взаємодії, але також прослідкувати характер мовних змін на різних рівнях у сфері контактування. Такою територією в XIX ст. стає українсько-польське погра-