

ВИЯВИ ТЕНДЕНЦІЙ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТА НАЦІОНАЛІЗАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

У статті обґрунтовано науково-теоретичні засади вивчення тенденцій розвитку сучасної української літературної мови, з'ясовано, що в межах певних тенденцій можна унааявити співіснування в лексиконі варіантних номінацій, конкурентоздатність їхніх типів та чинники, що забезпечують їхню рівновагу в лексиконі, стійкість у мовній діяльності суспільства. Виокремлено такі тенденції розвитку мови: 1) інтернаціоналізація (глобалізація) – націоналізація (етнізація); 2) інтелектуалізація – демократизація, 3) економія мовних засобів, синкретизм семантики номінації, асиметрія її форми та змісту – прозорість та аналітичність номінації, симетрія між формою та змістом. Висвітлено вияви тенденцій націоналізації та інтернаціоналізації в сучасній українській мові, проаналізовано парадигматичні, епідигматичні й синтагматичні відношення нових номінацій з іншими, новими і вже наявними, одиницями в системі мови й у тексті.

З'ясовано, що групи лексичних синонімів поповнюються переважно за рахунок запозичень, появу яких спричинює відкритість нового українського суспільства до світової спільноти і як її наслідок – формування у свідомості сучасного українця нових понять, прагнення уточнити вже наявні означення, деталізувати виражену ними семантику, надати їй нових відтінків; нові мовні смаки українського суспільства.

Ключові слова: мовна динаміка, неологія, тенденції розвитку мови, інтернаціоналізація, націоналізація, епідигматика, синтагматика, парадигматика, мовна інновація, лексичні синоніми.

Постановка проблеми. Суспільство створює всі умови для певних мовних змін і стимулює мовні процеси, що призводять до задоволення його нових потреб як у номінації, так і в комунікації. Лексичний склад мови дуже чутливий до тих змін, що відбуваються в житті творця й носія мови – народу. Саме тому всі зміни, які мають місце в житті суспільства, найбільш виразно віддзеркалено в лексичній системі мови. Кожне нове суспільне явище, процес, дія, кожне нове поняття вимагає свого найменування, тобто свого означення [5, с. 262].

В епоху активної економічної, політичної й культурної глобалізації на сучасні дериваційні процеси впливають «передовсім лібералізація і західнізація» життя суспільства на межі століть [4, с. 127].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін “тенденція” в сучасній славістиці застосовують на позначення основного поняття синхронного дослідження мови, поняття, що відображає її динаміку в певний відрізок часу. Прийнятним для нашого дослідження є розуміння тенденції німецьким ученим К. Гутшмідтом: «Тенденція – це характер спрямування мовних процесів або змін, що відбуваються у формі закріплення інновацій чи усунення застарілих мовних одиниць, конструкцій, норм» [6, с. 17]. Очевидно, має рацію І. Онхайзер, зазначаючи, що поняття «тенденція» як *tertium comparationis* є зручним не лише за ступенем його відсторонення від конкретних мовних фактів або фактів конкретної мови, а й за своєю процедурною гнучкістю, оскільки його застосування дає змогу уникати накладання схеми опису однієї мови на іншу, нівелювати характерологію і виявляти типологію мовних змін [6, с. 22]. Із цього погляду оригінальним є міркування Є. А. Карпіловської, яка звернула увагу на те, що поняття тенденції виявляється зручним і для опису різноспрямованих процесів розвитку в межах системи однієї мови, зокрема тенденцій змін у її лексиконі: «У межах певних тенденцій можна з’ясувати ... співіснування в лексиконі варіантних номінацій, конкурентоздатність їхніх типів та чинники, що забезпечують їхню рівновагу в лексиконі, стійкість у мовній діяльності суспільства» [1, с. 123].

Дослідники мовної динаміки виокремлюють сьогодні такі тенденції розвитку мови: 1) інтернаціоналізація (глобалізація) – націоналізація (етнізація, автохтонізація); 2) інтелектуалізація (спеціалізація, професіоналізація, окнижнення) – демократизація («орозмовлення», лібералізація, субстандартизація, вульгаризація, колоквіалізація), 3) економія мовних засобів, синкретизм семантики номінації, асиметрія її форми та змісту – прозорість та аналітичність (деталізація) номінації, симетрія (=одно-однозначні зв’язки) між формою та змістом [2, с. 6–7].

На активність виявлення тих чи інших тенденцій розвитку мови впливають як внутрішньомовні антиномії, суперечності між системою мови і мовленнєвою практикою, так і зовнішні чинники мовної динаміки (економічні, ідеологічні, соціальні, культурні). Найвиразніше дію чинників не лише соціо-, а й лінгводинаміки в сучасній українській літературній мові виявлено у взаємодії тенденцій інтернаціоналізації / націоналізації, інтелектуалізації (окнижнення) / демократизації (експресивізації, зростанні оцінності) її лексикону, а також у взаємодії різних функціональних різновидів і стилів мови.

Зокрема, тенденцію інтернаціоналізації відображено в адаптації та словотворчій активності інтернаціоналізмів; в активізації інтернаціональних афіксів при утворенні похідних не лише із запозиченими, а й із питомими основами, тобто в активному творенні слів-гібридів; у функціональному перетворенні запозичених елементів, що набувають статусу префіксів / префіксоїдів, суфіксів / суфіксоїдів, у посиленій ролі складання та виникненні нових зразків словотворення. О. О. Лукашанець, аналізуючи процеси інтернаціоналізації в білоруській та інших слов'янських мовах, зазначає: «Особливістю процесу інтернаціоналізації словотворення в білоруській та українській мовах є те, що поява нових похідних одиниць з іншомовними коренями і словотворчими формантами, формування нових словотвірних типів відбувалося під міцним і безпосереднім впливом російської мови» [3, с. 59] і далі продовжує «... російська мова є зразком для створення аналогічних лексичних одиниць у білоруській та українській мовах» [3, с. 65].

Визначення раніше не вивчених частин загальної проблеми або напрямів дослідження. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі виявляють потребу в системному описі виявів тенденцій націоналізації та інтернаціоналізації на всіх мовних рівнях, зокрема на лексичному.

Мета статті – проаналізувати вияви тенденцій націоналізації та інтернаціоналізації в межах лексичних синонімів.

На розвиток української мови дедалі сильніше діє глобалізація різних сфер життя суспільства, більша відкритість української мови до контактів з іншими мовами. Це виявлено в поширенні нових запозичень: інтернаціональної лексики, деяких запозичених граматичних конструкцій, вживанні кальок і вкраплень; подальшій конвергенції, тобто взаємопроникненні мов. Водночас глобалізація на своєму шляху натрапляє на дію захисних механізмів національних мов, спрямованих на збереження типологічних рис, передусім самобутності номінації. Тенденцію до збереження національної специфіки мови називають етнізацією. Націоналізацію відображено у свідомому відході від інтернаціональних або, вужче, іншомовних зразків і їхній заміні національними відповідниками.

Виклад основного матеріалу. Яскравим прикладом взаємодії тенденцій націоналізації та інтернаціоналізації українського лексикону є співіснування в мові ЗМІ лексичних синонімів. Як абсолютні синоніми функціонують лексеми *креативний* : *творчий*, очевидно, під впливом англійського етимона *creative* «творчий». Натомість у «Толковом словаре новых слов и значений русского языка» Л. П. Катлінської до слова *креативный* подано таке застереження: «! Не рек. в значении: *творческий*, напр.: *Креативный* (лучше: *творческий*) *продюсер*» [ТС-К, с. 173]. Отже, лексема *креативний* має значення, близьке до

«художній, винахідливий, який генерує ідеї, мислить творчо, свіжо, оригінально, своєрідно». Сьогодні на основі цього запозичення з англійської мови утворилося досить розгалужене лексико-словотвірне гніздо, у складі якого є іменники *креативність* на означення такої нової опредметненої ознаки, як синонім до номінацій *творчість, новаторська діяльність*, напр.: ... у яких вони мають виявити свої таланти, продемонструвати пластичність, **креативність**, відкритість новим тенденціям у поп-музиці (День, 29. 02. 2008) і його абсолютний синонім, утворений безафікським способом, *креатив* з комплексним значенням опредметненої ознаки і дії, а також результату дії. Така модель творення відприкметникових іменників набула активності в сучасній українській мовній практиці, пор. неосемантизми *негатив* і *позитив* (у «Словнику іншомовних слів» вони мають суто термінологічне значення, стосовне фотосправи), а також *наїв, ексклюзив, інтим, федерал, нелегал, муніципал*. Фіксуємо лексеми *креативник* «той, хто мислить, працює креативно, людина, зайнята творчою діяльністю»: *Я – креативник*. (Україна молода, 08. 08. 2008); прислівник *креативно*, напр.: ...мати якусь з таких картин вдома – дуже приємно і **креативно** (Україна молода, 19. 08. 2006) та похідний іменник – назва діяльності, утворений за допомогою основи **арт-**, напр.: *Я займаюся арт-креативом* (Україна молода, 6. 04. 2007).

Водночас і прикметник, і прислівник здатні піддаватися ступенюванню вираженої ознаки: *А все ж я не втрачаю надії, що хтось **креативніший** зробить із цього гарну рекламу...*(Газета по-українськи, 7. 10. 2008); ... *винищивши або знейтралізувавши **найкреативнішу** частину інтелігенції, вона [радянська влада – АТ] замістила її здебільше малокваліфікованими “висуванцями”* (Критика, № 100. 2006); *Для знакових і розкручених постатей ... проект Луценка є більш привабливим: там веселіше, там **креативніше*** (Дзеркало тижня, 31. 03–06. 04. 2007).

Натрапляємо на значну кількість нових словосполук із прикметником *креативний*, що засвідчують спектр об'єктів дійсності й понять, яким властива така ознака: *З квітня в Україні почало роботу агентство **креативних комунікацій** і партизанського маркетингу “Партизан Медіа-Україна”* (Українське слово, 23. 04. 2007); *Російське й українське агентства планують взаємно використовувати загальні **креативні кейси*** (Українське слово, 23. 04. 2007); *...хоча **креативних ідей** у внутрішньому телевізійному середовищі ніколи не бракувало* (Дзеркало тижня, 31. 01–06. 02. 2009); *І стало ясно: маємо до діла не з випадковим **креативним успіхом**, а з новою видавничою стратегією* (Україна молода, 11. 10. 2008); *...тільки сліпий не впізнає її [Оксани Караванської – АТ] жіночний і екстравагантний стиль, її божевільний крій і **креативні деталі*** (Україна молода, 30. 06. 2006); *...офіс у Києві як певний центр **креативного театрального проектування*** (Дзеркало тижня, 23. 02. 2008); *Вона відповідатиме за програмне наповнення, брендинг і*

креативне бачення телеканалу (День, 18. 01. 2008); ... “справжній підполковник” *Кожка* зі спецпідрозділу МВС “Кобра”, який показав середній палець самому спікереві, може тепер сміливо створювати політичну партію з **креативною назвою** «Партія середнього пальця» (ПСП)... (Дзеркало тижня, 23. 02. 2008); ... по таких фронтах, як виставки, кураторство, видавнича, архітектурна, **креативна діяльність** (Україна молода, 21. 12. 2007).

Посилена увага до модних тенденцій, проведення тижнів моди в Україні спричинили активне функціонування «модних» слів на сторінках ЗМІ. Так, від іменника *гламур* «1. Мистецтво одягатися та правильно природно носити одяг; 2. Мистецтво шикарно виглядати» [LINGVO'12] утворено прикметник **гламурний** «стосовний гламуру, який має ознаки гламуру», що успішно в професійному мовленні працівників сфери моди, реклами, маркетингу витісняє на периферію вже наявні синоніми *ефектний, вишуканий, шикарний, модний, блискучий*. У LINGVO'12 англійське *glamour* подано зі значеннями «1) чари, чарівність; чарівливість; 2) романтичний ореол; 3) ефект, ефектність». Натомість у вже згаданому словнику Л. П. Катлінської російський прикметник *гламурный* подано з такими застереженнями: «! Не рек. в значенні: *обаятельный, очаровательный; небанальный, завлекательный, эффектный с точки зрения «золотой молодежи»* і рекомендовані його відповідники *обаятельный, эффектный* [ТС-К, с. 90–91]. На активність цього слова вказують передусім уже засвідчені форми вищого й найвищого ступенів порівняння: *гламурніший – найгламурніший*, напр.: *Бо що мені, українцеві, оті їхні голлівудські проблеми – хто з ким і навіщо, хто гламурніший і сексуальніший?* (Україна молода, 30. 06. 2006); *А найгламурнішою подією за правом вважається Тиждень високої моди в Парижі* (Високий замок, 30. 11. 2007). Функціонують активно вже й похідні від нього: назва опредметненої ознаки *гламурність*; назва особи *гламурник*, напр.: *Другу групу «Сезонів» складають «гламурники»* (Україна молода, 27. 03. 2004); утворений за аналогією безпосередньо від іменника *гламур* дієприкметник *гламуризований* “який набув ознак гламуру”, оскільки відповідного дієслова не зафіксовано: ... з *твердим переконанням дебілізованого і гламуризованого молодого покоління, що мільйонером стають просто так* (Високий замок, 04. 12. 2008), антонім *антигламурний*: *Після антигламурного «Dухless» з'являється антимедійний «Media Sapiens»* (Post Поступ, № 8. 2007). Часто *гламурний* вживається в поєднанні з іменником *стиль*, що означає урочистий, особливий, небуденний стиль, якому властиві блиск, шик, особлива принадність, свідченням чого є поява композита *урочисто-гламурний*, напр.: *При цьому модельєр використовував теплі світлі кольори, що підкреслюють властивий дизайнеру урочисто-гламурний стиль* (Новинар, 24. 01. 2008). У мові ЗМІ натрапляємо й на такі

прикметники-композиції, як *гламурно-еротизована* (музична тусовка) або *гламурно-тусовочна* (активність).

Нові словосполучення з прикметником *гламурний* засвідчують їхнє вживання не лише в прямому, а й у переносному значеннях, напр.: *гламурний телефон, гламурний погляд, гламурний журнал, гламурна сумочка, гламурний автомобіль, гламурні вечірки, гламурний магазин, гламурні тканини*, але *гламурна ціна, гламурна аудиторія, гламурна атмосфера, гламурне хобі*, напр.: *Бекхем, наголошуючи на тому, що при вельми «гламурній» ціні (щонайменше \$ 250) вони вульгарно виглядають, та ще й пошиті десь у Китаї з найдешевшої тканини* (Україна молода, 26. 12. 2007). Оскільки сполучуваність різна, то й різняться значення, напр. *гламурний журнал* «глянцевий, модний, розважальний журнал» і *гламурна ціна* «приваблива, прийнятна, невисока ціна».

Однією з ознак майстерного володіння мовою є доцільність і точність слововживання. Помилковим є вживання плеоназмів (надлишкових словосполук, один із компонентів яких дублює семантичне наповнення головного слова). Словосполучення *гламурний шик* є ненормативною, оскільки слово *гламурний* – це і є шикарний, тому створювати таку тавтологію не варто, напр.: *Гламурний шик – стиль Вашого життя, життя от-кутюр* (реклама магазину краси і здоров'я KOSMO). Водночас *шик* може бути не лише гламурним, привабливим, а й викличним, кричущим, нав'язливим, агресивним. З огляду на це, можливо, таке означення набуває сенсу, підкреслюючи іншу ознаку такого поняття.

Взаємодію прикметників-лексичних синонімів зумовлено тим, що вони зазвичай не мають достатньо чіткої диференціації значень. Доказом може слугувати опозиція запозичених у різний час прикметників *брендовий : трендовий : модний*. У LINGVO'12 подано таке пояснення до англійського слова *тренд* (англ. *trend*), від якого утворено прикметник *трендовий* – «1) напрям; 2) загальна спрямованість; тенденція», напр.: *Іспанський бренд, який уміло слідує модним тенденціям і пропонує своїм покупцям трендовий одяг за прийнятну ціну* (Вечірні Черкаси, 23. 04. 2007); *Мобільне кіно – це новий трендовий напрям мистецтва, який є доступний кожному* (Українська правда, 03.07.2008); *Трендовий аксесуар – широкі шовкові шарфи яскравих кольорів* (Нова доба, 16. 09. 2008).

Лексема *брендовий* означає «зроблений відомою фірмою, модний» з англ. *brand* «1) гатунок, сорт, якість, *of the best brand* – найвищої марки, якості; 2) випалене клеймо, тавро; фабричне клеймо, фабрична марка» [LINGVO'12], пор. також «1) знак, імідж, образ предмета, явища, рейтинг товару, продукту, його марка в найвигіднішому варіанті, який має високу репутацію в споживачів; 2) рекламна пропаганда» [ССІС, с. 119], напр.: *A от*

якщо розпродаж не сезонний, а постійно діючий і **брендову річ** утричі дешевше можна придбати у будь-який час? (Україна молода, 28. 03. 2008). Досить потужний функціональний потенціал лексеми **брендовий** доводить вживання утворених від нього композитів-антонімів **монобрендовий – мультибрендовий**, напр.: *Водночас зі створенням невеликих магазинів залишкового товару відкриваються **мультибрендові** стокові торговельні центри...* (Україна молода, 08. 03. 2008); *Олександр Гапчук презентував нову колекцію, нову торгову марку і заявив про відкриття трьох **монобрендових** бутиків* (Україна молода, 06. 11. 2008); а також утворені за аналогією, так звані черезступінчастим способом словотворення, з пропуском дієслівної ланки в словотвірному ланцюжку, дієприкметник **брендований** «який набув ознак бренду», напр.: **Брендований склад метро** – це нестандартний носій, який має хороший пасажиропотік і тому досить ефективний для інформування кийського глядача про наш новий проект (телеканал «Україна», 01. 10. 2008) та іменник **брендування**, напр.: *Телеканал «Україна» вже використовував **брендування** рухомого складу метро в рамках промо-шоу «Телезірка – Superзірка»* (телеканал «Україна», 01. 10. 2008). Засвідчуємо такі контексти вживання цих конкурентних лексем: *Представники великих **брендових** салонів зв'язку...* (Дзеркало тижня, 14. 02–21. 02. 2008); *... ми всі залежимо від корпорацій – мобільного зв'язку, **брендових** марок одягу, популярних телеканалів тощо* (Україна молода, 03. 06. 2006); *... молодіжні «**брендові**» партії, у списках яких (поза першими місцями) було багато чоловіків середнього віку...* (Критика, № 100. 2006); *Незамінний аксесуар – валізи BY VICTORIA GRES зі шкіри та **брендованого** текстилю* (День, 19. 10. 2007). На нашу думку, лексеми **брендовий** : **трендовий** є частковими синонімами, а отже, конкурують не в усіх контекстах уживання, тому що в словосполуках на зразок **брендові марки одягу** лексема **брендовий** має семантичний відтінок «зроблений відомою фірмою, якісний», а прикметник **трендовий** лише вказує на модність чогось, не зазначаючи його якості чи престижності, забезпечених відомою фірмою-виробником.

Частковими синонімами є також нові прикметники **топовий** : **хітовий** : **рейтинговий**. Прикметник **топовий** (англ. *top* «верх») означає «вищий, кращий, найсучасніший, вищого гатунку»; **хітовий** (англ. *hit* «удар, влучення в ціль») – прикметник до **хіти** «популярні естрадні пісні, шлягери, а також фільми, книжки, які мають великий успіх; окраса театрального, концертного сезонів» [ССІС, с. 735]; **рейтинговий** (англ. *rating* «оцінювання») має значення «зумовлений рейтингом, який має високий рейтинг». На тенденцію стабілізації в українській мовній практиці лексем **рейтинговий**, **топовий**, **хітовий** вказує те, що на їхній основі сформувалося вже ціле гніздо спільнокореневих слів: **рейтинговість** і **рейтингування**, **антирейтинг**, композити **рейтинг-шоу**, **рейтинг-**

каталог тощо. Названі лексеми піддаються ступенюванню вираженої ознаки: *рейтинговіший* і *найрейтинговіший*, *найтоповіший*, напр.: *У гучні з'ясування, який же рейтинг — **рейтинговіший**, уже втрутився й Кабмін, підтвердивши позицію Вінниччини в першій п'ятірці* (Дзеркало тижня, 10–16. 12. 2005); *Голова правління телеканалу “Інтер” Влад Ряшин залишає **найрейтинговіший** український канал, пояснюючи своє рішення “змінами в структурі управління каналу”* (Україна молода, 09. 12. 2005); ***Найтоповіший** нині наш кліпмейкер Семен Горов зі своїми незмінними партнерами ... зняв дуже романтичну, красиву і дорогу історію про кохання* (Україна молода, 25. 06. 2005). Закріпленню цих лексем в українському лексиконі сприятиме участь у дальшому профілюванні спільного для всіх них поняття, урізноманітнення його мовного втілення, а отже, роль у поглибленні українськомовної номінації, збагаченні її ресурсів.

Приклади конкурування нових запозичених прикметників і українських лексем досить численні, пор.: нове запозичення *транспарентний* і неосемантизм *прозорий*, новотвори *презентативний* : *презентаційний* і *показовий*, *показний*, неосемантизм *резонансний* і *гучний*, *приголомилливий*, *бучний*, новотвір *табуїзований* і *заборонений*, новотвір *корумпований* і *продажний*.

Цікаві процеси відбуваються в сьогочасній мові: з одного боку, спостерігаємо значне запозичення слів, а з іншого – повернення до питомих джерел, активізацію власних ресурсів української мови. Наприклад, прикметник *підставовий* є синонімом до номінацій *провідний*, *визначальний*, *базовий*, *кардинальний*, *основний*, *засадничий* і має дефініцію “який є основою чого-небудь, становить його підставу, найважливішу частину”, напр.: ***Підставовий** антагонізм у сприйнятті Росії часів відновлення української державності на початку 90-х подалу поступився намаганням розважливо оцінити перспективи співпраці з нею* (Post Поступ, 17. 11. 2004). Синонім-конкурент *засадничий* зафіксовано у ВТССУМі зі значенням «принциповий» [ВТССУМ, с. 325]. Проте сполучуваність з іменником *принцип* заперечує цю дефініцію, напр.: *Але колективна воля косовських албанців виявилася сильнішою навіть за **засадничий** для ОБСЄ принцип непорушності кордонів* (Новинар, 3. 04. 2008); *По-четверте, грамотна політика Ю. Тимошенко в роботі над створенням Форуму національного порятунку мала **засадничий** принцип* (Дзеркало тижня, 17–23. 02. 2001). На нашу думку, семантику цього прикметника варто описати як “визначальний, провідний, базовий, основний”, що доводить матеріал і нашого дослідження, напр.: *Лідери 27 країн Союзу узгодили **засадничий договір**, згідно з яким ЄС відкритий до розширення* (Україна молода, 20. 10. 2007); *Лідери 27 країн членів Європейського Союзу на саміті в Лісабоні остаточно узгодили форму та зміст договору про реформування, який стане **засадничим документом** Союзу та прийде на зміну*

Конституції ЄС (Україна молода, 20. 10. 2007). У мові ЗМІ фіксуємо вже й іменник *засадничість* у сполученні з лексемами *альманах*, *думка*, *книжка* та прислівник *засадничо*, напр.: *Интер засадничо відрізняється дитячою резервацією під назвою “Єралаш”, від якого залишилася тільки назва* (Україна молода, 28. 01. 2005).

Етимологічні словники засвідчують, що слово *гуртовий* запозичене з польської мови (*ceny hurtowe* «гуртові ціни», *sprzedaż hurtowa* «гуртовий продаж» від польск. *hurt* «гуртова торгівля; стадо; [переносна огорожа для худоби в полі]» [ЕСУМ, I, с. 624]. Походження прислівника *оптом*, твірного для прикметника *оптовий*, не має певної етимології. Автори ЕСУМ припускають як найімовірніше його походження з **обьт-*, спорідненого з рос. *общий*, *общество* [ЕСУМ, IV, с. 205]. Слова *оптовий* і *гуртовий* об'єднані семами 'спільний', 'сукупний', 'запас', 'багатство', що, власне, й закладені в семантиці їхніх етимонів. У лексичній картотеці Інституту української мови прикметник *гуртовий* в усіх його значеннях вживався частіше, ніж *оптовий*, у художній прозі. Проте, за даними «Частотного словника сучасної української художньої прози» і цей прикметник у художніх творах 1950–1970-х рр., на базі яких було укладено цей словник, виявився маловживаним: якщо прикметника *оптовий* у них взагалі не виявлено, то прикметник *гуртовий* вжито лише 1 раз. Обидва прикметники виявляють і невисоку словотворчу активність: від *гуртовий* у комп'ютерному морфемно-словотвірному фонді української мови Інституту української мови НАН України засвідчено похідний іменник *гуртовик*, а від *оптовий* – крім іменника *оптовик*, також композитний прикметник *оптовороздрібний*. Натомість, за нашими спостереженнями, лексема *гуртовий* у ЗМІ вживається нині частіше. Крім того, функціонують і похідні від неї: *гуртовня* за походженням – теж запозичення з польської мови, пор. пол. *hurtownia* (*гуртовня будматеріалів*, *гуртовня господарських товарів*) та *гуртовик* на означення особи, напр.: *Єдиноприйнятими стануть відносини: виробник (імпортер) – гуртовик (перший і єдиний посередник) – роздрібна торгівля* (Українська правда, 12. 07. 2005).

Висновки та перспективи подальших наукових розвідок. Групи лексичних синонімів, як свідчать проаналізовані нами тексти, поповнюються переважно за рахунок запозичень, що можна пояснити: 1) відкритістю нового українського суспільства до світової спільноти і як наслідок – появою у свідомості сучасного українця нових понять, прагненням уточнити вже наявні означення, деталізувати виражену ними семантику, надати їй нових відтінків; 2) новими мовними смаками українського суспільства; 3) тенденціями як націоналізації, так і інтернаціоналізації українського лексикону, що й забезпечують його збалансований, гармонійний розвиток в умовах глобалізації.

Перспективою подальших досліджень стануть вияви тенденцій націоналізації та інтернаціоналізації на словотвірному мовному рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карпіловська Є. А. Конкурування варіантних номінацій як вияв тенденцій розвитку лексики: регулятори рівноваги / Є. А. Карпіловська // Функціонально-комунікативні аспекти граматики і тексту. – Донецьк : ДонНУ, 2004. – С. 122–132.
2. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. – 336 с.
3. Лукашанец А. Працеси інтернаціоналізації ў рускай, беларускай і ўкраінскай мовах / А. Лукашанец // Słowotwórstwo/Nominacja / [red. nauk. I. Ohnheiser]. – Innsbruck, Opole : Uniwers. Innsbruck, Univ. Opolski, 2003. – С. 59–77.
4. Рацибурская Л. В. Словообразовательные инновации как отражение социальных изменений в современной России / Л. В. Рацибурская // Славянские языки и культуры в современном мире: Международный научный симпозиум : Труды и материалы. – М. : МАКС Пресс, 2009. – С. 127.
5. Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія / [за ред. І. К. Білодіда]. – К. : Наук. думка, 1973. – 439 с.
6. Słowotwórstwo/Nominacja / [red. nauk. I. Ohnheiser]. – Innsbruck, Opole, 2003. – 541 s.

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ ДЖЕРЕЛ

- ВТССУМ – Великий глумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Бусел]. – К. : Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2004. – 1440 с.
- ЕСУМ – Етимологічний словник української мови : У 7-и т. / [редкол. : О. С. Мельничук (головний ред.) та ін.]. – Т. 1. – К. : Наук. думка, 1982. – 630 с.; Т. 4. – К. : Наукова думка, 2003. – 656 с.
- СІС – Словник іншомовних слів / [за ред. О. С. Мельничука]. – К. : Голов. ред. Укр. рад. енциклопедії АН УРСР, 1974. – 775 с.
- ССІС – Сучасний словник іншомовних слів / [укл. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. – К. : Довіра, 2006. – 790 с.
- ТС-К – Катлинская Л. П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л. П. Катлинская. – М. : АСТ : Астрель, 2008. – 380 с.
- LINGVO'12 – Багатомовний електронний словник.

Одержано редакцією 01. 04. 2013 р.

Прийнято до публікації 02. 04. 2013 р.

Алла Таран

Проявление тенденций интернационализации и национализации в современном украинском языке

В статье обоснованы научно-теоретические основы изучения тенденций развития современного украинского литературного языка, выяснено, что в рамках определенных тенденций можно установить сосуществование в лексиконе вариантных номинаций, конкурентоспособность их типов и факторы, обеспечивающие их равновесие в лексиконе, устойчивость в языковой деятельности общества. Выделены следующие тенденции развития языка: 1) интернационализация (глобализация) – национализация (этнизация) 2) интеллектуализация – демократизация, 3) экономия языковых средств, синкретизм семантики номинации, асимметрия ее формы и содержания – прозрачность и аналитичность номинации, симметрия между ее формой и содержанием. Освещены проявления тенденций национализации и интернационализации, проанализированы парадигматические, эпидигматические и синтагматические отношения новых номинаций с другими, новыми и уже имеющимися, единицами в системе языка и в тексте. Выяснено, что группы лексических синонимов пополняются в основном за счет заимствований, что объясняется открытостью нового украинского общества к мировому сообществу и как ее следствие – появлением в сознании современного украинца новых понятий, стремлением уточнить уже имеющиеся определения, детализировать выраженную ими семантику, придать ей новые оттенки; новыми языковыми вкусами украинского общества.

Ключевые слова: динамика языка, неология, тенденции развития языка, интернационализация, национализация, эпидигматика, синтагматика, парадигматика, языковая инновация, лексические синонимы.

Alla Taran

Manifestations of internationalization and nationalization in the modern Ukrainian language

In the article the scientific and theoretical basis is given to depict tendencies in development of the modern Ukrainian literary language. It is considered that within certain tendencies the coexistence of variant nominations can be found in the lexicon, the competitiveness of their types and factors supporting their balance in the lexicon is also defined, as well as their stability in the language of the society. The following tendencies of language development are identified: 1) internationalization (globalization) – nationalization (ethnicization) 2) intellectualization – democratization, 3) the economy of language means, syncretism in the semantics of nomination, the asymmetry of its form and content – transparency and analytics in the semantics of nomination, the symmetry between its form and content. The tendencies of nationalization and internationalization are determined, paradigmatic, syntagmatic and epidigmatic relations of new nominations to others, new and formerly existing units in the language system and in the text are analyzed. It is also singled out that groups of lexical synonyms are replenished mainly with borrowings, caused by the openness of the new Ukrainian society to the international community that resulted in the appearance of new concepts in consciousness of modern Ukrainians, in the desire to clarify the existing definitions, to detail the expression of their semantics, to employ new colors, to present new language likings of the Ukrainian community.

Key words: language dynamics, neology, tendencies of language development, internationalization, nationalization, epidigmatics, syntagmatics, paradigmatics, language innovation, lexical synonyms.