

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МОВУ ЯК АСПЕКТ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА

Т.Г. Семигінівська

Стаття присвячена впливу глобалізації на культуру та мову суспільства, зокрема, розглядаються конкретні приклади впливу англійської мови на українську.

Діалог культур відбувається на даному етапі на тлі глобалізації. Як результат, доходимо висновку, що будь-який процес у мові: українській, англійській і т.п., не можна розглядати ізольовано, а лише у контексті всіх чинників, які є визначальними для цього процесу. Отже, метою запропонованої роботи є дослідження впливу економічних, політичних, культурологічних та інших сфер діяльності в епоху глобалізації на мову взагалі та вивчення конкретних прикладів впливу англійської мови на українську.

Слід зазначити, що тема глобалізації заповонила думки багатьох вчених, мислителів, науковців (А. Панарін, Б. Ажнюк, Т. Возняк, В. Радчук і т.д.), і тому з кожним днем вона набирає обертів, відкриваючи нові грані і взаємозв'язки.

Визначення сучасної епохи історії людства як "інформаційної ери" вже стало банальністю, це словосполучення увійшло до повсякденної мови і вживається фактично як синонім поняття "теперішній час". Однак вступ суспільства в "інформаційну еру" передбачає набуття ним цілком певних ознак, пов'язаних із значним поширенням інформації, множинністю каналів її донесення до користувача, впливом її змісту і форми на усі сфери життя суспільства, світосприйняття людей і ухвалення рішень можновладцями. Інформація відіграє в житті будь-якої людини винятково важливу роль. Однак у другій половині ХХ століття стався якісний зсув у обсягах і формі подачі інформації, яка доноситься до людини: урізноманітнилися способи постачання інформацією, ускладнилася система прийняття рішень, полегшився доступ до альтернативних інформаційних джерел. Збільшення кількості джерел інформації, оперативності її надходження і можливостей її первинної обробки висувують вимоги до вищої оперативності в ухваленні рішень: ситуація може різко змінюватися, про це швидко стає відомо, і вчасний вплив на ситуацію вимагає швидкого реагування.

Окрім підвищення вимог до ухвалення рішень, значного збільшення джерел інформації, швидкості її надходження, якісно змінилися й умови соціалізації в суспільстві. З останнім пов'язана також характерна риса інформаційної ери - глобалізація інформаційного простору. Інакше кажучи, жодна держава технічно не в змозі ізолювати свій інформаційний простір - сукупність доступних з території країни інформаційних джерел та потоків - від надходження інформації ззовні. І навпаки, розмаїття каналів зв'язку ускладнює запобігання витоку за межі країни небажаної для держави інформації (від державної таємниці до подробиць здійснення політики, укладання ділових і політичних угод тощо). Широкий доступ усіх верств населення до засобів поширення інформації здатен також якісно змінити відносини у самому суспільстві. Оскільки така "масова" інформація (від преси, радіо і телебачення, кіно, Інтернету, закладів культури тощо) надходить постійно, стосується усіх значущих подій, апелює до цінностей (або й пропонує нові), враховує (аби бути донесеною до користувача) психологічні особливості людини, зрештою, представляє певні моделі поведінки, - вона є вагомим фактором формування цінностей, світоглядних орієнтацій, уявлень про належну поведінку і спосіб мислення взагалі. Вплив чиниться як через зміст інформації, так і через її форму (мову, форму подання, стиль викладення, апеляцію до значущих фактів і подій тощо). Увесь цей комплекс впливів творить те, що можна назвати спільним змістовим простором суспільства - системою вірувань, світоглядних настанов, мовних конструкцій, стереотипів, способів пов'язання форми (знаку) і змісту та інших інтерсуб'єктивних категорій, що визначають особливості

мислення і комунікації в певному суспільстві. Більше того, кожне суспільство об'єктивно зацікавлене у збереженні своєї мовної та культурної самобутності, що в умовах глобального інформаційного простору і легкості транскордонних впливів є досить важким завданням. Події, які відбуваються в сучасному світі, не можна назвати глобалізацією в повному розумінні цього слова, оскільки одні держави отримують зиск від входження до глобалізаційних процесів, а інші страждають від цього. Мабуть, слід з'ясувати, що ми розуміємо під глобалізацією. Отже, "глобалізація – це розвиток економічної та політичної взаємозалежності країн та регіонів світу до такого рівня, коли можливим та необхідним стає створення єдиного світового правового поля та світових органів економічного та політичного управління"[4, 4]. Можливість одних держав диктувати свої умови іншим, приймати за них рішення про можливість чи неможливість приєднання до СОТ, нав'язування моделі антикризового управління чи утвердження західних принципів демократії не є паритетними відносинами в міжнародній політиці. Поява глобальних організацій (скажімо, Світового банку, МВФ) і засобів включення в глобалізаційні процеси (Інтернету, супутникового зв'язку) ще не означає, що світ рівний і забезпечив рівний доступ до них.

В умовах глобалізації під діалогом культур найчастіше розуміють діалог заходу та сходу; при цьому під останнім не розуміється конкретно індійська, китайська, арабська або слов'янська культура і тим більше не сукупність цих культур, які відрізняються між собою не менш, ніж від західної культури. Під "сходом" у постановці проблеми про діалог культур швидше за все мається на увазі деяка абстрактна "незахідна культура". Така абстракція цілком гармонійно відповідає класичній концепції діалогу за схемою "ми / вони"; іншими словами, класичне мислення будується за схемою "теза – антитеза – синтез": концепція діалогу, таким чином, вказує на боротьбу тези - заходу та антитези - абстрактного "сходу". Специфікою культурної ситуації сучасного світу є як тісне зближення всіх народів земної кулі, що уможливило діалог культур, так і наявність глобальних проблем, викликів існуванню людства, що можуть бути вирішеними лише за допомогою спільних зусиль представників усіх культурних середовищ. Глобальна загроза є як однією з причин діалогу культур, так і своєрідною "мовою" такого діалогу, фактором, який зближує його учасників, вказує на те спільне, що існує між ними. Цей період розвитку цивілізації проходить під знаком революційних технологічних змін, за якими йдуть економічні, соціальні і політичні зміни.

Комп'ютерна революція і значний розвиток телекомунікацій практично змінили обличчя всіх традиційних технологій шляхом виведення їх на якісно новий рівень. Рушійні сили глобалізації: 1) подолання нерівномірного розміщення сировинних і енергетичних ресурсів по території планети; 2) природно-кліматичні і економіко-географічні відмінності, що зумовлюють територіальний поділ праці, спеціалізацію країн і викликають розвиток і поглиблення взаємозв'язків між ними; 3) досягнення транспорту і комунікацій; 4) наростання відкритості ринків і міжнародних відносин; 5) прискорення темпів технологічних нововведень і виведення винаходів на ринок; 6) кооперація зусиль багатьох держав в екологічній сфері. Ключові фактори глобалізації: 1) інтернаціоналізація; 2) етика; 3) підприємництво; 4) ділові комунікації.

Процес глобалізації має ряд самих різних аспектів і сторін: це глобалізація економічна (розповсюдження економічних моделей, вироблених в країнах Заходу, на інші регіони світу), політична (розповсюдження принципів демократії західного типу, що припускають суверенітет особи щодо суспільства і держави, право вибору і т. д.), але перш за все глобалізація культурна, тобто формування загальних для всіх культур світу форм і структур, що забезпечують комунікацію між окремими індивідами, між групами і між індивідом і групою. Власне, цей останній аспект є основоположним для всіх інших, оскільки саме завдяки йому стають можливими формування ринкових механізмів в економіці, що не знала до того ринку в європейському розумінні цього слова, виникнення політичних режимів, які базуються на нормах, висловлених в «Декларації прав людини».

Під комунікацією ми розумітимемо процес спілкування, взаємодії людей, здійснюваний за допомогою знакових механізмів, серед яких найістотнішу роль відіграє мова, яка, у свою чергу, найтісніше пов'язана із світоглядом, що формується певною культурою. Однією з базових функцій мови є модифікація внутрішнього стану людини, яка реалізується за допомогою знаків так, що всі мовні структури, зрештою, орієнтовані на людину. Саме тут криється одна з головних проблем культурної глобалізації. Культура — це перш за все повідомлення: вислови, побудовані за законами певної мови та лексичного матеріалу, набори висловів, семантично і прагматично пов'язаних між собою (тексти різного роду), та реальність, до якої вони апелюють. Зв'язки знакової системи з реальністю складають прагматичний аспект культури. Важливо, що ці зв'язки будуються за певними канонами і нормами засвоєваними традиційними носіями цієї культури, і також мають мовний характер. Іншими словами, культура — це набір мов для опису фізичної, соціальної і економічної реальності, а також мов для опису самих цих мов. Звідси випливає, що глобалізація з погляду культури означає формування такої знакової системи, яка б була придатна для опису всіх можливих фізичних, економічних і соціальних реалій всіх суспільств, залучених в глобалізаційний процес. Основною небезпекою при цьому виявляється можливість втрати різними культурами своєї індивідуальності, своєї специфіки, що неминуче призведе і до втрати носіями даної культури своєї самоідентичності, до розмивання культур і внаслідок цього до втрати виключно важливого для розвитку будь-якої цивілізації чинника — чинника різноманітності. Дійсно, якщо формується нова «глобальна мова», що охоплює собою всі окремі культури як мовні (в найширшому значенні цього слова) системи, то вони виявляються для нього свого роду «підмножинами». Тоді виникає питання, які будуть відносини між глобальною мовою і його «підмножинами» за обсягом і за змістом? Очевидно, що в тому випадку, якщо глобальна культура будуватиметься виходячи з тих інваріантних властивостей людської природи, які властиві всім людям просто тому, що вони належать до виду *homo sapiens*, то з цієї точки зору буде неможливо відрізнити один від одного представників різних культур. Більш того, саме ці відмінності будуть неістотні, оскільки той, хто відносить сам себе до «громадян світу», розглядатиме свої національні і культурні особливості як маргінальні для його самоідентифікації. Це, поза сумнівом, зменшить можливості для виникнення різного роду міжгрупових конфліктів (релігійних, національних і т. д.), але при цьому обіднить і можливості комунікації, оскільки в цьому випадку тим універсальним, щодо якого здійснюватимуться комунікативні дії, буде безліч найпростіших людських потреб, так що на цій мові вже не можна буде говорити про ті переживання, які не є загальними всім людям — етичних, естетичних, релігійних тощо. Така постановка проблеми ставить перед нами одне принципове питання — питання про «базис перекладу». Коли ми перекладаємо текст, наприклад, з німецької мови на російську, то, як правило, просто підставляємо на місце німецьких слів і виразів еквівалентні їм російські. Проте ця еквівалентність ґрунтується на наявності загальних у німецької і російської культур реалій, форм мислення і інших знакових структур, що склалися в процесі розвитку в схожих історичних умовах і в постійній комунікації, що забезпечує існування у слів і виразів різних мов загальних денотатів.

В тому ж випадку, коли виникає потреба встановити такі відносини еквівалентності між культурами, що розвивалися незалежно один від одного, в абсолютно різних умовах і без яких-небудь контактів, пошук того загального базису, який об'єднував би їх мови і їх способи бачення світу, стає дійсно серйозною проблемою, але деякі шляхи її рішення все ж таки можна намітити. У процесі побудови інтеркультурного діалогу в рамках кожної, що бере участь у діалозі, цивілізації формуються структури і механізми, що дозволяють розширювати зв'язки з іншими культурами, легше засвоювати їх зміст, проте важливо і те, що в цьому ж процесі знаходяться передумови для побудови загального базису кроскультурної взаємодії. Можна сказати, що чим більше будь-яка дана культура задіяна в процесах інтеркультурної комунікації, тим

вище стає її здібність до цього діалогу, оскільки в комунікативних процесах такого типу культура збагатила змістом, частково запозичивши його у партнерів, частково формуючи з власного матеріалу для забезпечення більш ефективної інтерцивілізаційної взаємодії. Люди розмовляли та розмовляють різними мовами. І йдеться тут про щось набагато глибше, аніж просто засіб комунікації. Насправді мова формувала та формує світ, у якому живуть люди цієї конкретної мови. Щоб зрозуміти, як по-різному кожна з мов відображає, а точніше, творить свій світ, досить перелічити слова, наявні у кожній мові, однак кожне із своїм неповторним змістом, як-от “я”, “ти”, “нас”, “хто”, “так”, “ні”, “жінка”, “чоловік”, “зірка”, “вода”, “ніч”, “земля”. Таких істотних слів існує не більше трьохсот. Вони і є становим хребтом кожного світу-мови, у якому ми насправді живемо. Годі ще раз нагадувати, що починається саме інформаційна революція, де роль слова буде більшою, ніж будь-коли перед тим. Однак якого слова, якої мови – усі вони різні і всі унікальні. Сьогодні у світі існує близько 6000 мов. Половина з них функціонує у Новій Гвінеї. Натомість більшість людства розмовляє загалом п'ятьма-шістьма мовами. Однак, тим не менше, людство живе у 6000 мово-світів. Кількість цих світів на наших очах катастрофічно зменшується. А тому зменшується і ареал буття, в якому мешкає людство. Звичайно, мови завжди помирали. Лише деякі з них, як-от баскська, єгипетська, китайська, грецька, гебрайська, латина, санскрит і тамільська жили більше 2000 років. Але швидкість зникнення мов зростає і сягнула показника – 10 мов на рік. З одного боку, людство розбудовує найуживаніші мови. Інформаційний вибух неймовірно прискорив процеси народження нових мовних форм. Однак, з іншого боку, ми занедбуємо не лише анфілади значень у рідкісних та маловживаних мовах, але й цілі мови-світи. Вже сьогодні мова, відсутня в Інтернеті, – це мова, яка більше не існує у сучасному світі. Одне тільки слово “Інтернет” (вже “інтернет”) безліччю похідних сполук активізує в українській мові невластивий їй синтаксис: інтернет-видання, інтернет-газета, інтернет-журналіст, інтернет-преса, інтернет-агентство, інтернет-ЗМІ, інтернет-сторінка, інтернет-сайт, інтернет-версія, інтернет-бібліотека, інтернет-ресурси, інтернет-огляд, інтернет-проект, інтернет-простір, інтернет-меню, інтернет-кафе, інтернет-вітальня, інтернет-центр, інтернет-пейджер, інтернет-інструкція, інтернет-магазин, інтернет-гроші тощо.

Слід відмітити, що глобалізаційні процеси супроводжуються змінами і в українській мові. Спитаймо себе: який рід і число має безвідмінковий новотвір мас-медіа? Його граматика – це вторинний знак ЗМІ. Кажуть і пишуть: “українські мас-медіа”. Значно рідше – мас-медії (також бітли, блюзмени; у самій англійській мові, звідки родом мас-медіа, подих латини слабшає в паралельній формі множини – *mediums*). Мовна мішанина, одноманітне панування чоловічого роду у іменникових запозиченнях притлумлюють саму категорію роду, тож ми дедалі частіше не второпуємо, чуючи, що десь у родині “люблять один одного”, коли щодо різних статей треба казати одне одного. “Всихає” відмінок – сильнішає тенденція до аналітизму. Це вже сталося внаслідок суржикізації в болгарській та македонській мовах, як і в англійській, де порядок слів у реченні був колись значно вільнішим завдяки граматичним закінченням.

Конкретизація певних понять вимагає повних запозичень. Як приклад можна узяти новоутворення, що з'явилися останніми роками у сфері економіки: 1) маржа (*margin*) – різниця між цінами, курсами, ставками; 2) ф'ючерси (*futures*) – вид цінних паперів на деривативній біржі; 3) брендинг (*branding*) – просування конкретної марки на ринок; 4) девіація (*deviation*) – відхилення; 5) маркетинг (*marketing*) – вид діяльності, спрямованої на задоволення потреб за допомогою обміну; 6) ваучер (*voucher*) – виправдовувальний документ, розписка; 7) бонус (*bonus*) – премія, винагорода, додаткова знижка. Запозичені терміни, що позначають нові професії: менеджер (*manager*), супервайзер (*supervisor*), дистриб'ютор (*distributor*), мерчандайзер (*merchandiser*). У сучасному діловому світі з'явилося слово «хед-хантер» - людина, яка шукає нових перспективних працівників. Дослівний переклад цього слова – мисливець за головами. Історично це слово пов'язане із звичаями індіанців Америки. Фріками

(freak) часто в бізнесі називають людей дещо дивних, дивакуватих. Друга група запозичень – змішані. Це запозичення, один або декілька компонентів яких є словами англійської і української мов, наприклад: бізнес-пропозиція, конференц-зал, зірка шоу-бізнесу. У цій групі запозичень одна мова сприймає лексичні явища іншої мови, не порушуючи своєї структури. Кожне слово містить у собі певну сукупність формальних варіацій, тому, переходячи з однієї мови в іншу, запозичені слова підкоряються варіативності мови-реципієнта. Репрезентанти новоутворень повинні бути адекватні узусу української мови. Від запозичених іменників можна утворити похідні слова: мерчандайзинг – мерчандайзинговий; маркетинг – маркетинговий; рекрутинг – рекрутинговий. Наприклад: мерчандайзингові заходи, маркетингові заходи, маркетингові дослідження, рекрутингові агентства. Іменники змінюються за відмінками і мають множину. Наприклад: управління маркетингом, робота маркетолога, менеджери, аттачменти (додатковий матеріал - тести, фото, музичні файли, відеокліпи). Коли у журналі на сотню коротких рядків слова байк, байкер і байкерський вживаються 25 разів, а мотоцикл і мотоцикліст – жодного [8, 49], то зрозуміло, що ці заклинання, від яких аж рябіє в очах, є гіпнопедичним навіюванням. На одній шпальті “України молоді” – газети, яка тонко реагує на лексичні тенденції і більше за інших їх скеровує – на позначення зв’язківця з громадськістю зустрічаються *піарник* і *піарицук*. З того ж видання дізнаємося, що є *Київський PR-клуб* і *кафедра PR* у Могилянці, є у столиці України *директор фірми “Юкрейніан соціолоджі сервіс”* (слід гадати, Української соціологічної служби), а для нього, мабуть, чи на думку *експертів*, як тут сказано, – *бігборди* (рекламні панно, стенди), що їх встановив *директор з розвитку бізнесу холдингу “Відео Інтернешнл Київ”*.

У даний час можна говорити про взаємозалежний світ. Глобальна взаємозалежність стає об’єктивною реальністю, оскільки обмін інформацією відбувається в декількох напрямках: соціокультурному і технологічному, між державою і цивільним суспільством, і ігнорувати ці процеси неможливо. Повністю ігнорувати існування інших культур означає заперечувати власну індивідуальність, яка закладена природою і формується у процесі еволюції. У зв’язку з розвитком техніки, появою нових технологій, тісною взаємодією різних світових культур, запозичення з інших мов абсолютно неминучі. Ми можемо зробити висновок, що лексичні новоутворення збагатили словниковий запас мови і підкоряються законам і нормам його граматики, словотворення і фонетики.

SUMMARY

The article reviews the influence of globalization on the culture and language of the society, in particular, the actual examples of the English language influence on the Ukrainian one are considered.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Bartelson J. Three Concept of Globalization.//International Sociology, June 2000, Vol. 15(2), p.180-196.
2. Bourdieu, P. Wacquant L., On the Cunning of imperialist reason./ Theory, Culture&Society,1999, 16(1), p.41-58.
3. Вімонен П. Мережа для демократії: Інтернет та вільний потік інформації // Deutschland/Німеччина – #1. – 2000. – www.deutschland.de.
4. Возняк Т. Семантичний простір мови. Тексти та переклади. – Харків: Фоліо, 1998. www.ji-magazine.lviv.ua.
5. Кузнецов В. “Золотий мільярд” и остальное человечество // Pro et Contra. – Москва. – №4. – 1999. – www.pubs.carnegie.ru/P&C.
6. Meyer J.W. Globalization. Sources and Effects on National States and Societies//International Sociology, June 2000, Vol.15 (2), p. 233-248.
7. Михеев В. Логика глобализации и интересы России // Pro et Contra. – Москва. – #4. – 1999. – www.pubs.carnegie.ru/P&C.
8. Політика і культура, №18, 22-28 травня 2001р., С. 48-50.
9. Робуль О. М. Синергетика – глобальна інтегральна загальнонаукова методологія // Глобалізм глазами современника: блеск и нищета феномена: Материалы докладов и выступления участников Международной научно-теоретической конференции (26 – 27 сентября 2002 года). – Сумы, 2002. – С. 74 – 76.

Надійшла до редакції 19 лютого 2007 р