

Структурно-семантичні групи англійських запозичень у рекламних текстах

У попередньому розділі ми з'ясували, що сучасні рекламні тексти характеризуються різними особливостями, як лексичними, так і граматичними. Лексичний аналіз реклами виявив, що однією з таких особливостей є широке використання англіцизмів. Цей аналіз показав, наскільки доцільно вживати англійські запозичення, чи вони допомагають, чи, навпаки, заважають сприйняттю рекламних оголошень.

Обстеження словника термінів ринкової економіки, про який згадувалося вище, дозволило нам виявити 148 слів, запозичених з англійської мови, що широко використовуються у мові сучасної реклами. Реклама, як відомо, дуже щільно пов'язана з ринковою економікою, більше того, саме реклама сприяє її успішному розвитку. Окрім англіцизмів, у словнику дуже часто зустрічаються грецизми, латинізми, які запозичила українська мова й англійська мови, слова з інших мов світу. Щодо нашої власне української лексики, що обіймає це поняття, то її практично немає. Ринкові відносини у нашій країні мають дуже молоду історію, до цього треба додати, що процес їх становлення припав на дуже тяжкі часи, коли перш за все впадає у вічі брак коштів, а не слів. Тому ринковоекономічну лексику ми вимушені запозичувати з мов інших країн, які вже пройшли важкий перехідний "вік".

Проте не можна все звертати на брак коштів і час. Інколи навіть маючи власне українське слово на позначення того чи іншого поняття, пов'язаного з ринковою економікою, рекламісти надають перевагу іншомовним словам, або вважають це модним і престижним. Ні, звичайно, вживання запозичень потрібне, але не треба ж їх ставити там, де без них можна обійтись. З цього приводу можна пригадати народну мудрість: "Що занадто, то не здорово".

Інші рекламісти впадають в іншу крайність. Вони повністю виключають з рекламних текстів будь-які запозичення, мотивуючи це тим, що, використовуючи іншомовні слова, вони тим самим заважають розвитку нашої власної лексики. Якби це було дійсно так, то взагалі б не існувало

українських слів. З давніх-давен українська мова і снувала пліч-о-пліч з іншими слов'янськими і неслов'янськими мовами, взаємодіючи одна з одною, вони запозичували і віддавали слова.

Отже, наголосимо ще раз, складання рекламних оголошень потребує неабиякого таланту й майстерності. Фахівці повинні гарно оперувати усіма лексичними групами нашої мови, не забуваючи й про запозичення, що коли вміло використані, додають емоційності й експресивності. Гарно складений рекламний текст — це дійсно витвір мистецтва, який можна порівняти з шедеврами видатних композиторів і художників.

Як вище зазначалося, під час обстеження словника ми виявили 148 слів англійського походження. Ці слова можна поділити на такі семантичні групи:

- слова на позначення різних видів діяльності, процесів тощо;
- назви документів, цінних паперів;
- слова на позначення грошової кількості, фінанси;
- назви підприємств, об'єднань;
- назви осіб за сферою їх діяльності;
- слова для позначення ринкових ситуацій;
- назви пристроїв, машин;
- наукові напрямки;
- системи;
- загальноділова лексика.

Найбільше слів з англійської мови запозичено для позначення різних видів діяльності, процесів тощо. Це пов'язане з тим, що у минулому люди, зв'язані з економікою, не практикували такі види діяльності, операцій, тому й не було потреби їх називати. Тепер, коли в нашій країні відбувається перехід до ринку, ці нові, незвані досі процеси стають важливими й необхідними. Але слів для їх позначення ще не створено, тому й використовуються запозичення з тих мов, де ці види діяльності були винайдені, зокрема, з англійської. Для деяких слів і не потрібно шукати українського еквівалента, бо вони є міжнародними, тобто широко використовують у світі.

Усього ми виявили 32 англіцизми на позначення видів діяльності, процесів тощо. Найбільш уживаним у рекламних текстах та й у нашому житті взагалі є слово БІЗНЕС. Саме він є основою ринкової економіки, дає реальний прибуток.

“Ділова Західна Україна 97/98” —

Ваш надійний партнер у БІЗНЕСІ

(Галицькі контракти — грудень '97(52))

Не менш уживаними є й слова ЕКСПОРТ, ІМІДЖ, КОНСАЛТИНГ та багато інших.

ІМІДЖЕВІ та фірмові пакети з рекламним

Надписом і малюнком на Ваше замовлення

(Галицькі контракти — грудень 1997(52))

ЕКСПОРТНЕ обслуговування

Телефон 8104890692904

(Галицькі контракти — квітень 98(15))

Фірма Сіме, Львівська КОНСАЛТИНГОВА група та

Росан-капітал проводять дводенний семінар

(Галицькі контракти — листопад 97(46))

Другими за кількістю англіцизми є слова на позначення назв документів. Цих слів налічується близько 29. але треба зазначити, що ці слова не дуже часто трапляються в рекламних оголошеннях, бо їх специфічність заважала б сприйняттю реклами. Рекламісти або ж взагалі уникають цих слів, або ж намагаються їх замінити більш уживаними. Якщо подібні слова й трапляються, то лише в оголошеннях, спрямованих на певну категорію читачів. Або ж рекламист подає тлумачення цього слова в подальшому тексті.

Швейцарсько-польська фінансова компанія Agrohansa

Пропонує будь-які виробничі лінії на умовах ЛІЗИНГУ
або з відстрочкою платежу

(Новий день 1998 11 вересня)

до уваги власників автотранспорту:

- страхування усіх видів автотранспорту;
- страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту на території України та за її межами;
- страхування від нещасних випадків на транспорті;
- страхування ЛІЗИНГОВИХ операцій

(Урядовий кур'єр, 97 19 грудня)

Не кожен пересічний читач знає тлумачення слова ЛІЗИНГ, тому частіше рекламісти замінюють його більш звичним для нашого вуха словом ОРЕНДА, вказуючи разом з тим умови, які передбачають для цієї операції слово ЛІЗИНГ.

Чисельність англійських запозичень на позначення грошової кількості, фінансів дорівнює 27 словам. Вони теж доволі специфічні, тому й не дуже поширені в рекламних оголошеннях. Сфера їх уживання — бухгалтерія, банки тощо. Найбільш уживаним у рекламі є слово КРЕДИТ, яке не викликає не розуміння навіть у тих читачів, що взагалі не стикалися з ринковою економікою. Але в наш час важко знайти таку людину, тому слово КРЕДИТ без застережень можна вживати у мові реклами.

Акціонерний комерційний банк “Правекс-банк”

Надає чекові КРЕДИТИ під заставу у національній
та іноземних валютах.

(Галицькі контракти — грудень, 97(52))

З появою нових видів діяльності з'явилася низка осіб, які виконують цю діяльність. На їх назву у словнику знайшлося 15 англійських запозичень. При чому деякі з цих слів і так зрозумілі, а деякі потребують додаткового розшифрування, тлумачення, тому й уживають такі слова рідко.

Використання англіцизмів на позначення осіб пов'язане і з поширеністю тієї діяльності, за яку вони відповідні.

Наприклад, операція купівлі-продажу цінних паперів, валют, коштовних металів тощо широко розповсюджені як на світовому ринку, так і на вітчизняному. Кожне рекламне оголошення так чи інакше стосується купівлі-продажу. Отже, назва особи, що займається цими операціями, а саме ДИЛЕР, дуже часто зустрічається у рекламі.

Офіційний ДИЛЕР Одеського заводу шампанських вин
у західному регіоні постійно реалізує зі складів у
м. Івано-Франківську за цінами заводу виробника...

(Новий день, 1997, 20 травня)

50 відсотків із ста обстежень містять примітку про те, що виробники або реалізатори потребують дилерів.

Kemraoil — офіційний дистриб'ютор Climar Oil в Україні
Формуємо дилерську мережу.

(Галицькі контракти — грудень, 1997(52))

Обладнання для АЗС провідних Європейських фірм,
будівництво АЗС під “ключ”.

Розширюємо ДИЛЕРСЬКУ мережу.

(Київські відомості, 1998, 24 березня)

Найдешевша одяг в світі

Holland House

Одяг Sekond Hand

зі складів в Україні

та Західній Європі,

у широкому асортименті.

Запрошуємо ДИЛЕРІВ

(Галицькі контракти — квітень, 98(14))

окрім терміна ДИЛЕР, до слів, широко вживаних у рекламних текстах, належать МЕНЕДЖЕР, БРОКЕР.

Набір кандидатів на посади: фінансовий директор,
виконавчий секретар МЕНЕДЖЕР з продажу.

(Галицькі контракти — квітень, 98(14))

Митний БРОКЕР

Систематизовані нормативні документи
в галузі митної справи та ЗЕД.

(Київські відомості – 1997, 23 червня)

Обстеження словника дозволило виявити 15 англійських слів на позначення назв підприємств, установ тощо. Вони є досить відомими і в рекламі вживаються порівняно часто. Хоча не всі знають точне визначення того чи іншого терміна, але мають загальне уявлення про предмет, який він називає.

Український промислово-інвестиційний КОНЦЕРН “Орланд”
репрезентує

(Галицькі контракти - листопад '97 (46))

Найменше слів виявлено на позначення систем – 3, ситуацій – 11,
напрямків – 5, пристроїв , машин – 6.

Рекламисти рідко користуються ними при складанні оголошень. Це обумовлене, окрім їх специфічності, ще й тим, що саме поняття, яке вони називають, має дуже вузьке коло вжитку.

Наприклад, слово “локт-ін” позначає особливу ситуацію, в яку потрапляють інвестори. Тож це слово стосується неодмінно інвесторів. І немає ніякого відношення до масового читача, на якого в більшості своїй спрямовані рекламні оголошення.

Окрему групу становлять англiцизми, що вiдносяться до загальнодiлової лексики. Це слова, якi використовуються в усному i письмовому дiловому спілкуванні, у рiзних документах, iнструкціях тощо.

Використовуються вони i в рекламних оголошеннях.

Наведемо приклад використання такої лексики у рекламі:

Гарантована 50 % знижка на абонентську

Платню в СТАНДАРТИ GSM до кінця року.

(Галицькi контракти – липень '98 (29))

Подiбнi слова в бiльшостi своїй не викликають непорозумiнь.

2.2. Стилiстичнi особливостi англiйських запозичень у мові сучасної реклами

Вище ми з'ясували, на якi структурно-семантичнi групи подiляються англiцизми у сучасній рекламній лексиці. Але вживаючи те чи iнше слово, запозичене з англiйської мови, автори реклами напевне мають на увазі мету. Ця мета може обумовлюватися специфічним значенням англiцизма, його експресивними, образними функціями. Адже емоційно-експресивне забарвлення текстiв – теж невид'ємний компонент рекламної стилістики, а образність реклами виявляється у передачі загального поняття через словесний образ, що є емоційним сприйняттям дiйсності. А коли образ створено за допомогою запозичених слiв, то він ще бiльше вражає читача (слухача) своєю незвичністю, що одразу впадає у вiчі.

Розглянемо на конкретних прикладах, якi стилістичнi функції виконують англiцизми у мові сучасної реклами.

Найновiшi ВОЛЬВО

Вiд офіційного ДІЛЕРА

Вікінг Моторз

(Галицькi контракти – червень, 1998 (24))

ІМІДЖЕВІ та фірмові патенти з

Рекламним надписом і малюнком

На ваше замовлення.

(Галицькі контракти – грудень '97 (52))

Консультативні та МАРКЕТИНГОВІ

послуги з питань обігу векселів.

(Урядовий кур'єр, 1998, 11 червня)

Усі ці терміни не мають відповідних слів в нашій лексиці.

ЮБК пропонує:

- консультації з різних галузей права;

- юридичне супроводження;

- забезпечення представництва в судах;

- КОНСАЛТИНГОВІ послуги.

(Галицькі контракти – червень , 1998 (24))

А ось зі словом КОНСАЛТИНГ справа дещо інша. В українській мові існує досить точне слово на позначення цього терміна. Це слово КОНСУЛЬТУВАННЯ (в галузі ринкової економіки). Однак, уживання англіцизма в поданому оголошенні повністю виправдане й доцільне. Автор хотів запобігти повторів, що так неприємно вражають слух і зір. Отже, у першому рядку він ужив давно знайоме і звичне (хоча теж запозичене слово КОНСУЛЬТАЦІЯ), а в останньому виразив приблизно те ж саме поняття за допомогою англіцизма КОНСАЛТИНГОВІ (похідне від консалтинг).

Часто рекламісти вживають англійські запозичення для того, щоб наголосити на якійсь особливості, яку ці слова передають і яку не передбачає український довідник.

Наприклад:

Skania

- поставка і сервіс

вантажних автомобілів, туристичних автобусів;

- ЛІЗИНГ вантажних автомобілів.

(Київські відомості, 1996, 13 жовтня)

Слово ЛІЗИНГ має український відповідник ОРЕНДА. Але автор ужив саме цей термін, щоб наголосити, що предмети здаються в оренду на тривалий строк. Саме цю тривалість і передбачає англіцизм ЛІЗИНГ на відміну від українського слова ОРЕНДА, що може бути як довгостроковою, так і короткостроковою. Тому, вживши слово оренда, рекламист мав би ще давати примітку про строк, якої не потребує англіцизм лізинг.

Іноді автори реклами вживають і зовсім малознайомі масовому читачеві слова. Але в такому разі вони подають тлумачення у подальшому тексті. Таким чином фахівці привертають увагу незвичним словом, що в той же час не викликає непорозуміння, бо нижче міститься пояснення.

Наприклад:

Шановні добродіі!

“Галицькі контракти” мають честь запропонувати Вам участь у нашому новому проекті – ДИСКОНТНОМУ КЛУБІ. Дисконтний клуб (КЛУБ ЗНИЖОК) – добре відома на заході форма залучення додаткових покупців і клієнтів.

(“Галицькі контракти, лютий, 1998 (7))

При такій побудові тексту масовий читач одразу складе уяву про рекламований об’єкт, незважаючи на вживання запозиченого слова.

Досить часто рекламисти включають англійські запозичення у заголовки, у назви установ, що надають рекламовану продукцію. У такій спосіб вони подають перші відомості про виробника або реалізатора продукції. І це є досить важливим чинником.

“Інтерпост ЛІМІТЕД”

м.Львів, вул.. Гуцульська, 21.

т.: (0322) 71-91-73,

факс: 76-95-83

Пиво, соки, напої, алкогольні напої гуртом.

(Київські відомості – 1997, 18 вересня)

“Інвест-Комерц ЛТД”

Львівська обл., м.Дрогобич,

в.Козловського, 59.

т./факс (03244)3-95-96

Граніт, мармур, вироби з них

(столики, барні стійки, пам’ятники), продаж.

(Київські відомості – 1997, 18 вересня)

Автори вжили термін ЛІМІТЕД, ЛТД для того, щоб споживач знав, що має справу з підприємством обмеженої відповідальністю, бо саме це значення несе вищезгаданий термін. Також англіцизм повинен нагадувати, що треба пам’ятати про особливості співпраці з подібними установами. Отже, це запозичене слово є своєрідним сигналом для підприємців.

З такою ж метою вживається у рекламних текстах слово КОНЦЕРН.

“Лорта”, державний КОНЦЕРН

М.Львів – МСП, вул.Патона,1

т./факс (0322) 62-40-38

Осцилографи електронно-променеві

Комплекти приймання супутникового телебачення.

(Галицькі контракти – лютий, 1998 (7))

“Віта-Інг”

міжгалузевий КВК-КОНЦЕРН

Івано-Франківська обл., м.Калуш,

т.: (03472) 5-16-08

Зброя пневмонічна та спорядження пейнтбольне

Піротехнічне обслуговування урочистостей

(Галицькі контракти – лютий, 1998 (7))

Доцільним є вживання запозичень з англійської мови рекламних заголовках з метою спрямування думки читача на ту сферу діяльності, до якої належить об’єкт, що рекламується.

Наприклад:

“БІЗНЕС-МАРКЕТИНГ-ЕКСПОРТ”

м.Львів, вул.Грабовського, 11

т./факс: (0322) 74-33-00

Техніка побутова, обчислювальна та оргтехніка:

Світильники виробництва світлових фірм.

(Галицькі контракти – лютий, 1998 (7))

За допомогою трьох англiцизмiв: БІЗНЕС, МАРКЕТИНГ, ЕКСПОРТ автор хотiв показати, що пiдприємницька дiяльнiсть (БІЗНЕС) даної органiзацiї спрямована на вивчення ринкiв (МАРКЕТИНГ) i вивiз з краiни товарiв (ЕКСПОРТ). Таким чином, лише прочитавши заголовок, споживач буде мати уяву про дiяльнiсть цiєї установи i зможе вирiшувати, чи це те, що йому бiльш потрiбно. Подiбнi приклади вживання англiцизмiв порiвняно часто зустрiчаються у рекламних оголошеннях.

“Українська МАРКЕТИНГОВА група”

м.Львів, вул.С.Бандери, 32а

факс: 90322) 72-40-49

*Дослiдження маркетинговi, бiзнес-планування,
розробляння маркетингової стратегiї,
консультацiї з маркетингу,
пошук бiзнес-партнера.

(Галицькi контракти – червень, 1998 (24))

“Росан- БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГ”

м.Львів, вул.Франка, 61

т.: (0322) 76-27-00

- * Оцiнка експертна
- * Послуги юридичнi
- * Проекти iнвестицiйнi
- * Бiзнес-плани

(Галицькi контракти – червень, 1998 (25))

“Омега-КОНСАЛТИНГ”

м.Львів, вул.Й.Сліпого, 7

т.: (0322) 72-05-66, 79-82-65

* Послуги з експертної оцінки майна,
немайнових прав і бізнесу.

(Галицькі контракти – червень, 1998 (25))

Вище мова велася про англіцизми на позначення термінів ринкової економіки, але у рекламних оголошеннях вживаються і слова, запозичені з англійської мови, що не торкаються цієї сфери. Іноді рекламисти просто включають у рекламу англійське слово для більшої виразності, емоційності.

Наприклад:

“К А Д У Ц Е Й”

м.Львів, вул.Роксолани, 61

факс: (0322) 42-16-45

* ШОП-тури, відпочинок

(Київські відомості, 1997, 19 грудня)

“К А М Е Л І Я”

м.Львів, вул. Зелена, 24

* Відпочинок: Україна, Болгарія, Італія,

Греція, Англія, Туреччина

* Візова підтримка, ШОП-тури.

(Київські відомості, 1997, 19 грудня)

Слово SHOP перекладається з англійської як МАГАЗИН. Рекламист міг вільно вжити власне українське слово і сказати: “магазин-тури”. Але реклама дуже багато втратила б від такої заміни. Автор мав причини включити в оголошення англійське слово. По-перше, воно досить широко відоме, по-друге, надає рекламі влучності і сили. Отже, фахівці при складанні рекламних оголошень використовують усі можливості лексики, як власне

української, так і запозиченої. І як ми побачили, англіцизми зовсім не заважають сприйняттю текстів, а навпаки, допомагають рекламі активно впливати на читача (слухача).