

Аннотация

Статья посвящена анализу графически неадаптированных англицизмов, используемых в названиях и рекламе украинских организаций. Рассмотрены англоязычные заимствования в условных названиях организаций, их названиях по роду деятельности и рекламных слоганах. Проанализированы как известные, так и непонятные украинскому реципиенту слова и аббревиатуры. Описаны случаи выделения частей англицизмов шрифтом или цветом как источник языковой игры, при помощи которой в названии организации отражается направление ее деятельности. Доказано, что в функции родовых характеристик организаций английские заимствования могут быть полноценно заменены украинскими эквивалентами.

Ключевые слова: заимствование, графически неадаптированный англицизм, название организации, родовая характеристика, рекламный слоган, языковая игра.

Summary

The article deals with the analysis of graphically non-adapted Anglicisms, used in names and advertising of Ukrainian organizations. English borrowings are considered in conventional names of organizations, their line of activity and advertisements. Both well-known and unintelligible to a Ukrainian recipient words and abbreviations are analyzed. Cases of marking out of Anglicisms parts by type or color are described as a source of language play by means of which the line of organization activity is represented in its name. It is proved that English borrowings in a function of genre definitions can be fully replaced by the Ukrainian equivalents.

Keywords: borrowing, graphically non-adapted Anglicism, name of organization, genre definition, advertisement, language play.

УДК 37.03:81'24

Сукаленко Т. М.,
кандидат філологічних наук,
Жежеря О. С.,
студентка,
Національний університет
державної податкової служби України
(Ірпінь)

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІСТА

Проблема формування культури мовлення у сфері професійної діяльності економіста є нині досить актуальною і визначається суттєвими змінами в Україні: процесами глобалізації; розбудовою української держави, реформуванням економіки, змінами підходів у навчанні тощо. “Це вимагає від економіста високого освітнього рівня, інформаційної культури, розвиненого комунікативно-професійного потенціалу, готовності до мовленнєвої взаємодії” [1, 186].

Мета статті: проаналізувати особливості процесу формування мовленнєвої культури економіста; визначити порушення норм літературної мови, що можуть заважати взаєморозумінню між фахівцями і сформулювати аспекти, на які необхідно звернути увагу, щоб уникнути цих незручностей; запропонувати необхідні засоби для вдосконалення підготовки економіста.

Про освіченість майбутнього фахівця із комерційної діяльності пише О. В. Куклін у науковій розвідці “Концептуальні засади підготовки фахівців із

комерційної діяльності”. Дослідник наголошує на тому, що освіченість фахівця “...окрім певної суми знань, включає в себе методологічну підготовку, комп’ютерну грамотність, інформаційну культуру. Одночасно формується і нове поняття “третья грамотність”: культура спілкування, естетичне виховання, широка інтелектуальна діяльність, яка характеризує загальну культуру людини” [5, 84].

Питання мовної культури були об’єктом наукової уваги в лінгвістиці, розглядалися відомими мовознавцями, зокрема І. Огієнком, О. Потебнею, В. Виноградовим. Пізніше фахівці в галузі державного управління й мовознавства Н. Бабиц, В. Князєв, І. Плотницька, П. Редін, С. Шумовицька та ін. у своїх наукових розвідках вказували на необхідність визначення оптимальної мовленнєвої поведінки в певній ситуації, звертали увагу на важливість культури мовлення в професійно-кваліфікаційній характеристиці фахівців будь-якого профілю, зокрема виділили культуру мовлення як складову управлінської культури [4]. А. С. Токарська, І. М. Кочан дослідили культуру фахового мовлення правника. В. М. Русанівський, А. П. Коваль, О. Д. Пономарів, О. А. Сербенська, М. Г. Яцимірська розглядають культуру ділового спілкування, при цьому наголошують, що лише досконале володіння культурою мовлення дозволяє гарантувати спеціалістові будь-якого фаху помітний успіх у професійних взаєминах між людьми.

Т. В. Гороховська у дисертаційному дослідженні, присвяченому проблемі формування культури професійного мовлення майбутніх фахівців органів внутрішніх справ, розкрила сутність і визначила структурні компоненти формування культури професійного мовлення, обґрунтувала сукупність педагогічних умов формування культури професійного мовлення майбутніх фахівців органів внутрішніх справ. Дослідниця переконливо стверджує, що “культура професійного мовлення – це складова професійної культури, інтегративна якість особистості, що проявляється в досконалому володінні нормами літературної мови та вміннях їх правильного, точного, виразного, комунікативно доцільного застосування у процесі передачі своєї думки у фаховому писемному та усному спілкуванні, позитивному особистісному ставленні фахівця до мовленнєвої діяльності як складової успішної професійної самореалізації” [2].

Особливості формування культури мовлення у професійній діяльності державних службовців дослідила О. І. Козієвська. Проблему формування культури ділового мовлення у студентів аграрного вузу вивчала В. О. Михайлюк. Комунікативну ділову компетентність майбутніх фахівців; вчення про сполучуваність мовних одиниць, їх функціонування представлені в роботах В. Русанівського, М. Кочергана, В. Виноградова, М. Жинкіна та ін. Структуру мовленнєвої діяльності досліджували Л. Виготський, О. Леонтьєв, І. Зимня та ін. [7].

Проблеми загальної мовленнєвої культури досліджувалися і досліджуються вітчизняними мовознавцями (В. М. Русанівський, Н. Д. Бабиц, С. Я. Єрмоленко, Г. Г. Кисіль, В. Я. Мельничайко, О. М. Пазяк, Л. М. Паламар, М. І. Пентиліук, О. Д. Пономарів, О. А. Сербенська, Л. В. Струганець та ін.).

Варто наголосити, що мовну підготовку здійснювати у вищій школі треба впродовж усіх років навчання.

Процес опанування мови та її культури пов'язаний із здобуттям навичок правильно говорити й писати, вмінням точно висловлювати свою думку, активно використовувати мовні знання, грамотно застосовувати їх на практиці. Забезпечення саме мовної компетентності стає важливим компонентом підготовки фахівців у різних сферах управління, оскільки саме творче використання засобів мовлення повною мірою виявляє професійний рівень економістів.

У мовознавстві фігурують два терміни: культура мови і культура мовлення, які доцільно, на нашу думку, розмежовувати.

Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів дає таке визначення культури мови (мовлення) – “1) свідоме й критичне використання мовних засобів, володіння нормами усної та писемної літературної мови в різних сферах суспільної комунікації відповідно до мети й змісту висловлювання; 2) розділ мовознавства, а також навчальна практична дисципліна, що вивчає нормування і кодифікацію норм літературної мови, встановлює критерії нормативності й стабілізаційні процеси в літературній мові, пропагує зразки досконалої мови, а також поширює лінгвістичні знання серед носіїв мови, відповідністю її орфоепічним, акцентуаційним, граматичним, лексичним, словотвірним нормам, а з другого – з мовною майстерністю, стилістичним чуттям слова, доречністю використання варіантних мовних форм. Культуромовні тенденції по-різному виявляються в історії літературної мови. Це і явища пуризму, і антинормалізаторська діяльність, що суперечать одне одному. Культура мови передбачає високій рівень мовної освіти в суспільстві, як початкової шкільної, так і загальнокультурної, гуманітарної” [3, 81].

З. Мацюк під *культурою мови* розуміє – “галузь мовознавства, що займається утвердженням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях. Використовуючи відомості історії української літературної мови, граматики, лексикології, словотвору, стилістики, культура мови виробляє наукові критерії в оцінюванні мовних явищ, виявляє тенденції розвитку мовної системи, проводить цілеспрямовану мовну політику, сприяє втіленню норм у мовну практику. Культура мови має регульовальну функцію, адже пропагує нормативність, забезпечує стабільність, рівновагу мови, хоча водночас живить її, оновлює” [6].

О. Семенов зауважує, що “культура мови – мовознавча наука, яка на основі даних лексики, фонетики, граматики, стилістики формує критерії усвідомленого ставлення до мови і оцінювання мовних одиниць та явищ, виробляє механізм нормування і кодифікації (впровадження в словники та мовну практику)” [9, 200].

Під культурою мовлення розуміємо “дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство і доречність мовлення, а також дотримання правил мовленнєвого етикету” [6].

О. Семенов зазначає: “Культура мовлення – нормативність і доцільність викладу інформації, тобто філологічне і психолого-педагогічне обґрунтування

використання граматичних структур відповідно до умов і вимог конкретної ситуації” [9, 200].

Дослідники виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

- **нормативність** (дотримання правил усного і писемного мовлення);
- **адекватність** (точність висловлювання, зрозумілість мовлення);
- **естетичність** (використання експресивно-стилістичних засобів мови);
- **поліфункціональність** (застосування мови у різних сферах життєдіяльності) [6].

Висока культура мовлення у сфері професійної діяльності економіста означає досконале володіння літературною мовою у процесі спілкування та мовленнєву майстерність. Основними комунікативними ознаками культури мовлення є *правильність, точність, логічність, змістовність, доречність, багатство, виразність, чистота*. Розглянемо більш детально кожен з них.

Однією з основних комунікативних якостей мовлення дослідники виділяють *правильність* – це означає володіти орфоепічними, акцентуаційними, орфографічними, лексичними, фразеологічними, морфологічними, синтаксичними, пунктуаційними, стилістичними нормами, що діють у мовній системі [6].

Слушно з цього приводу пише О. Пономарів: “... українська мова ввійшла в коло найрозвиненіших мов світу, має викристалізовані норми на всіх рівнях. Ці норми треба засвоїти й дотримуватись їх, а не творити нові там, де немає на це жодної потреби” [8, 15].

Зокрема, розглянемо фразеологічні, морфологічні та синтаксичні норми і визначимо, які помилки найчастіше трапляються в мовленні економіста. Фразеологічні звороти кожної мови характеризуються стійкістю лексичного складу [8, 139]. Наприклад, у багатьох фразеологічних зворотах замість слів із конкретним значенням *одержати* й *отримати* вживаються абстрактні лексеми *дістати, набути, здобути*: *не отримати освіти, а здобути освіти; не отримати досвід, а набути досвіду, не отримати виправдання, а дістати виправдання* та ін.

Однією з морфологічних особливостей сучасної української літературної мови є наявність у іменників чоловічого роду другої відміни варіантних закінчень давального відмінка однини: *-ові (-еві, -єві)* та *-у (-ю)*. Це дає змогу урізноманітнювати виклад, уникати нанизування в реченні слів з однаковими закінченнями [8, 159]: *написати листа економістові, зателефонувати товаришеві, допомогти співробітникові*.

Однією з найпоширеніших помилок у мовленні економіста є надуживання конструкціями з прийменником *по* [8, 178]: *комітет по цінах замість комітет цін, екзамен по українській мові замість екзамен з української мови, прийшов по такій справі замість прийшов у такій справі* та ін.

Комунікативною ознакою культури мовлення є *точність*, яка значною мірою залежить від глибини знань, ерудиції, словникового запасу фахівця. Точність професійного мовлення економіста тісно пов'язана з точністю вживання термінів, запозичених слів, синонімів, омонімів, паронімів.

О. Семенов визначила рівень загальної та мовленнєвої культури фахівця, який повинен вміти користуватися різнотипними лексикографічними виданнями і вилучати з них необхідну інформацію, усвідомлювати потребу звернення до словника з метою розв'язання пізнавальних і комунікативних завдань, тобто йдеться про лексикографічну компетенцію, яка характеризує високий ступінь професійної підготовки економіста, засвідчує інтерес і повагу до рідної мови, її історії, визначає рівень розвитку лінгвістичного чуття [9, 124].

Багато помилок у мовленні економіста трапляється через неточність вживання паронімів, синонімів, слів іншомовного походження тощо. Наприклад, “багато паронімів є словами, що походять від одного кореня, але мають різне префіксально-суфіксальне оформлення: *банкрот* чи *банкрут*. В українській мові обидві форми досить довго співіснували, проте в останні десятиліття накреслилася тенденція віддавати перевагу утворенню з у”: *збанкрутоване підприємство, збанкрутіла система, ідеологічний банкрут* [8, 82]; *гривня* (грошова одиниця незалежної України) – *гривна* (металева шийна прикраса у вигляді обруча) [8, 86]; *міркування* (результат роздумів, думка, погляд, переконання) – *розмірковування* (заглиблення думками в щось, усебічне зважування чогось) [8, 97] та ін.

Українська мова багата на синоніми, проте в мовленні економіста часто перевагу віддають якомусь одному слову із синонімічного ряду, причому не зовсім доречному. О. Пономарів це пояснює недостатнім рівнем володіння рідною мовою, впливом інших мов, невибагливістю у доборі засобів мовного спілкування [8, 33]: *завдяки підтримці, а не дякуючи підтримці – дякуючи слухачам; здібний (тобто талановитий) – здатний (спроможний на щось); не малоімущий, а незаможний, малозабезпечений, низькооплачуваний; скарб (коштовності, цінні речі) – майно* (речі, які комусь належать на правах власності) та ін.

На думку О. Пономаріва, “слова іншомовного походження є одним із шляхів збагачення лексичного складу кожної мови” [8, 125]. Проте запозичати треба тоді, коли мова не має власного лексичного позначення для якогось поняття [8, 126].

У мовленні економіста трапляється засмічування зайвими іншомовними словами: *замість збут, організація збуту – маркетинг (анг.), вкладання (капіталу) – інвестиції (лат.), керівник – менеджер (анг.)*.

Дослідники виділяють ще одну ознаку – *логічність*, яка забезпечує смислову послідовність мовлення економіста, що виявляється в точності вживання слів і словосполучень, у правильності побудови речень, у смисловій завершеності тексту.

Не менш важливими ознаками культури мовлення є *змістовність*, *доречність*, *багатство*, *різноманітність* і *чистота*. *Змістовність мовлення* передбачає глибоке осмислення та повне висвітлення теми; вичерпне ознайомлення з необхідною інформацією; уникнення зайвого. Мовлення повинне містити нову інформацію, викликати інтерес.

Доречність мовлення полягає в логічності, точності, чистоті, обов'язково вимагає врахування ситуації спілкування, інтересів, стану, культурно-освітнього рівня адресата. Основними умовами доречного мовлення є висока вихованість людини, рівень її культури, вміння послуговуватися мовними засобами відповідно до мети та умов комунікації.

Багатство та різноманітність мовлення досягаються завдяки поповненню словникового запасу, умінню використовувати в мовленні різні мовні засоби в межах відповідного стилю, уникненню невиправданих повторів слів, однотипних конструкцій речень, оволодінню багатством інтонацій, удосконаленню власного мовлення.

Чистота мовлення полягає в повній відповідності нормам літературної мови, у позбавленні просторіччя, жаргонізмів, вульгаризмів, лайливих слів тощо [6].

З цього приводу слушно зауважує О. Пономарів: “Тепер у незалежній Україні українська мова у всій її чистоті й красі має посісти належне їй місце. Певна річ, усі відразу не можуть заговорити добірною мовою. До тих, хто лише починає дедалі активніше розмовляти по-українському, слід виявляти поблажливість і пробачати їм мовні огріхи. Однак є люди, які не мають права на помилки (актори, лектори, диктори та інші працівники радіо й телебачення, вчителі, викладачі), бо їхнє слово повинно бути взірцем для решти громадян України. Носіями зразкової української мови мусять стати державні діячі, урядовці всіх рангів та їхні дружини, якщо вони спілкуються з людьми поза своєю домівкою, виступають перед аудиторією безпосередньо чи в засобах масової інформації” [8, 10].

Остання ознака, яку виділяють дослідники, *виразність мовлення* – забезпечує чіткість дикції, комбінування слів, уміння інтонувати, у процесі ділової комунікації вона досягається специфічною термінологією, професійними мовними кліше.

Отже, ознакою високої культури мовлення у сфері професійної діяльності економіста є правильне використання мовних засобів, що повинно стати загальнодержавною справою.

Формування високої культури мовлення є невід'ємною рисою загальнолюдської культури. Зокрема для економіста культура усного й писемного мовлення є не лише відображенням його вихованості, інтелігентності, а й встановлює в цілому культуру його праці, культуру взаємин у щоденному спілкуванні в найрізноманітніших сферах мовленнєвої діяльності: від приватного спілкування – до спілкування на державному рівні.

Процес формування професійної культури мовлення економіста складається з таких основних компонентів:

- засвоєння професійної лексики і термінології економічного (податкового) фаху;
- роботи зі словниками, довідниками;

- формування вмінь сприймати, відтворювати й створювати фахові тексти різних стилів мови;
- моделювання мовленнєвих ситуацій, які виникатимуть у майбутній професійній діяльності;
- боротьба з мовленнєвою неохайністю в спілкуванні, уникнення типових порушень літературної мови в мовленнєвих стереотипах фахової галузі.

Варто зауважити, що “на мовну особистість впливають суспільно-соціальне, територіальне оточення, традиції національної культури. Вона постійно перебуває у пошуку нових ефективних індивідуально-стильових засобів мовної виразності” [9, 125]. О. Семенов визначає важливі складові мовної особистості: “ціннісний (система цінностей), світоглядний (система життєвих смислів), культурологічний (рівень засвоєння культури), особистісний (індивідуальний), пізнавальний (розуміння лексико-фразеологічного потенціалу, граматичних форм і конструкцій, стилістичного розмаїття рідної мови), поведінковий (мовна поведінка, поведінка у типових ситуаціях спілкування) компоненти, мовна майстерність, мовні та інтелектуальні здібності, мовне чуття” [9, 122].

Ми вважаємо, що професійне мовлення економіста – це мовленнєва діяльність, у процесі якої економіст лаконічно формулює свою думку і висловлює її за допомогою системи мовних засобів, лексичний зміст яких містить спектр спеціальної професійної термінології.

Для формування професійного мовлення економіста необхідним є введення нової термінології, використання вже засвоєної професійної лексики, дотримання правильного граматичного оформлення висловлювань, логічності, послідовності, аргументованості, зв'язності й цілісності.

Отже, мовна освіта майбутнього економіста є важливим чинником його готовності до активної інтелектуальної діяльності в інформаційному просторі.

Література

1. Василевич В. В. Формування професійного мовлення студентів-економістів як засобу взаємодії у просторі європейської комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Василевич. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_Gum/npchdu/Pedagogics/2003_15/15-31.pdf.
2. Гороховська Т. В. Формування культури професійного мовлення майбутніх працівників органів внутрішніх справ : автореф. дис. ... к. пед. н. : 13.00.04 “Теорія та методика професійної освіти” / Т. В. Гороховська. – К., 2007.
3. Єрмоленко С. Я. Українська мова : короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, О. Г. Тодор ; [за ред. С. Я. Єрмоленко]. – К. : Либідь, 2001. – 224 с.
4. Козієвська О. І. Особливості формування культури мовлення у професійній діяльності державних службовців : дис. ... к. н. з держ. упр. : 25.00.03 “Державна служба” / О. І. Козієвська. – К., 2003. – 275 с.
5. Куклін О. В. Бізнес-клас! (Концептуальні засади підготовки фахівців із комерційної діяльності) / О. В. Куклін // Вища освіта України. – 2002. – № 2. – С. 82–85.
6. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навч. посібн.] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2005. – 352 с.
7. Михайлюк В. О. Формування культури ділового мовлення у студентів аграрного вузу (на матеріалі спеціальностей “Облік і аудит” та “Менеджмент організацій”) : автореф. дис. ...

- к. пед. н. : 13.00.02 “Теорія та методика навчання (української мови)” / В. О. Михайлюк. – К., 1999. – 18 с.
8. Пономарів О. Культура слова : мовностилістичні поради : [навч. посібн.] / О. Пономарів. – К. : Либідь, 1999. – 240 с.
9. Семенов О. М. Культура наукової української мови : [навч. посібн.] / О. М. Семенов. – К. : ВЦ “Академія”, 2010. – 216 с.

Анотація

В статті проаналізовано особливості процесу формування мовленнєвої культури економіста; визначено порушення норм літературної мови, що можуть заважати взаєморозумінню між фахівцями і сформульовано аспекти, на які необхідно звернути увагу, щоб уникнути цих незручностей; запропоновано необхідні засоби для вдосконалення підготовки економіста.

Ключові слова: культура спілкування, ділове мовлення, мовленнєва культура, мовна поведінка особистості.

Аннотация

В статье проанализированы особенности процесса формирования речевой культуры экономиста; определены нарушения норм литературного языка, которые могут мешать взаимопониманию между специалистами и сформулированы аспекты, на которые необходимо обратить внимание во избежание этих неудобств; предложены необходимые средства для совершенствования подготовки экономиста.

Ключевые слова: культура общения, деловая речь, речевая культура, речевое поведение личности.

Summary

The article is centered round the process of forming an economist's speech culture with special regard to violation of the norms of the literary language, which can hinder mutual understanding between specialists. The authors foreground the aspects which deserve attention in order to avoid possible inconveniences in communication and introduce needful measures for improving professional training of economists.

Keywords: communicative culture, business discourse, speech culture, individual speech behavior.

УДК 81–13

Щербицька В. В.,
викладач,
Дніпропетровська державна
фінансова академія

ОСОБЛИВОСТІ ГРАФІЧНОЇ СТИЛІСТИКИ В СУЧАСНИХ АВТОБІОГРАФІЧНИХ АНГЛОМОВНИХ ТВОРАХ

У даній статті розглядається стилістична значимість графічних засобів англійської мови в художньому автобіографічному тексті в гендерному аспекті. Графічні засоби являють собою сукупність способів зовнішньої організації тексту, що надають йому зорову виразність. Вони досить різноманітні й пов'язані із граматичними, фонетичними, лексичними й іншими засобами мови.

На сьогоднішній день існує велика кількість наукових праць, закордонних і вітчизняних лінгвістів, присвячених вивченню графічних засобів.