

Перспективу подальшого дослідження ми вбачаємо у дослідженні історико-педагогічних аспектів становлення системи іншомовної університетської підготовки в умовах полікультурного середовища Словаччини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галло Я. Теоретические и практические аспекты обучения иностранным языкам в полилингвистическом контексте / Я. Галло, Т. Куприна // Сборник докладов, прозвучавших на on-line международном семинаре русистов, состоявшемся 7 апреля 2009 года в Прешове под ред. А. Петриковой. – Прешов : Prešovská univerzita v Prešove, Filozofická fakulta, 2010. – С. 15 – 22.
2. Галло Я. Лингвистические и методические аспекты межкультурной коммуникации / Я. Галло // Обучение русскому языку как иностранному в системе высшего образования / Под ред. Халина Рыцк-Штайдель и Светланы Шашковой. – Lublin : POLINYMNIA, 2012. – С. 83 – 95.
3. Куприна Т. Современные направления обучения иностранным языкам в условиях поликультурной окружающей среды / Т. Куприна // Сборник докладов, прозвучавших на on-line международном семинаре русистов, состоявшемся 7 апреля 2009 года в Прешове под ред. А. Петриковой. – Прешов : Prešovská univerzita v Prešove, Filozofická fakulta, 2010. – С. 57 – 62.
4. Рогаль М. Приобретение билингвальных речевых способностей и поиски методов их реализации / М. Рогаль // Сборник докладов, прозвучавших на on-line международном семинаре русистов, состоявшемся 7 апреля 2009 года в Прешове под ред. А. Петриковой. – Прешов : Prešovská univerzita v Prešove, Filozofická fakulta, 2010. – С. 73 – 79.
5. Хоменко О. В. Основні тенденції вирішення проблеми іншомовної підготовки в умовах євроінтеграції / О. В. Хоменко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету ім. Т. Г. Шевченка. Випуск 101. Серія: Педагогічні науки – Чернівці : Чернігівський національний педагогічний університет ім. Т. Г. Шевченка, 2012.

УДК 811.16:81'373

Ващенко О.О.

АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКА ЕКОНОМІЧНА ЛЕКСИКА У СКЛАДІ ЧЕСЬКОГО СЛОВНИКА

Історія формування окремо взятого термінологічного словника є цікавою темою для всебічного дослідження. Загалом причини появи або зникнення того чи іншого слова можна досліджувати в контексті історії економічного розвитку самої країни. Перехід Чеської Республіки від соціалістичної економіки до ринкової знайшов своє відображення у чеській економічній термінології.

Ключові слова: економічна лексика, принцип класифікації, інвазія запозичень, семантичний дивергент.

Ващенко Е. А. Англо-американская экономическая лексика в составе чешского словаря. История формирования отдельно взятого терминологического словаря является интересной темой для всестороннего исследования. В целом причины появления или исчезновения того или иного слова можно изучать в контексте истории экономического развития самой страны. Переход Чешской Республики от социалистической экономики к рыночной нашел свое отражение в чешской экономической терминологии.

Ключевые слова: экономическая лексика, принцип классификации, инвазия заимствований, семантичний дивергент.

Vashchenko O. Anglo-American economic lexicon in the Czech dictionary.

The history of the creation of the terminology dictionary is an interesting topic for in-depth study. In general, the reasons for the appearance or the disappearance of a word can be studied in the context of the history of the country development. The transition of the Czech Republic from socialist to a market economy was reflected in the formation of the Czech economic terminology.

Key words: economic vocabulary, principle of classification, invasion of adoption, semantic divergent.

Лексика є найдинамічнішим і найрозвинутішим мовним рівнем. Саме в лексиці знаходять своє матеріальне відображення процеси, що відбуваються в суспільстві, у докільлі, внаслідок осмислення соціумом нових процесів і явищ. В. Бланар уважав, що рушійною силою розвитку лексики є безперервно зростаючі потреби у нових номінаціях і їх задоволення за допомогою мовних засобів. Основним законом розвитку лексики можна вважати постійне вирівнювання полісемії та полілексії¹» [2, с. 110]. Л. С. Булаховський зауважує, що втрати в словниковому складі мови внаслідок виходу з ужитку слів-понять, що відмирають у житті, перестають бути потрібними і зрозумілими для нового покоління, звичайно компенсуються новими словами, які народжуються як знаки нових понять, що виникають з розвитком економіки, політичного життя, техніки, культури взагалі і под. Причому ці нові слова-поняття кількісно далеко перевищують утрачене [1, с. 75].

Мета статті – дати загальну характеристику англо-американізмів економічної сфери, які були чи залишаються вживаними в чеській мові у різні періоди становлення та розвитку Чеської Республіки, а також дослідити їх появу та використання з погляду структурно-семантичних особливостей чеської мови.

¹У повному тексті під терміном полілексія розуміється «кілька найменувань для вираження одного й того самого «мисленнєвого змісту» (ч. myšlenkový obsah)».

Оновлення словникового складу чеської мови завжди викликало велике зацікавлення. Аналіз таких процесів у чеській мові кінця ХХ ст. супроводжується неоднозначними оцінками. По-різному оцінюється ступінь і глибина цих явищ. У роботах деяких чеських лінгвістів, присвячених аналізу лексики чеської мови переломного періоду, увага акцентується на тому, що трансформація соціально-політичного устрою, зміни в сферах ідеології, економіки, культури зумовили зміни у словниковому складі чеської мови. Демократизація, що поширюється й на мовну сферу, поява нових реалій, підвищена активність ЗМІ і зняття цензури, активне поповнення низки термінологічних систем – процеси, що активно впливають на зміни в чеському лексиконі. Різноманітні способи словотворення, неконтрольований потік запозичень (зокрема англо-американського походження), вторгнення жаргону до загальнонародної мови, інвазія лексем, котрі позначають актуальні поняття сучасної дійсності, перехід до пасивного розряду значної кількості лексики часів соціалізму – всі ці процеси відобразилися в чеському тезаурусі [див., напр.: 4; 5; 6]. Так, наприклад, перехід Чеської Республіки від соціалістичної економіки до ринкової знайшов своє відображення у формуванні чеської економічної термінології.

Опрацювавши певну кількість лексикографічних джерел, з'ясували, що до чеського словника увійшла низка англо-американських економічних термінів і словосполучень, які можна поділити на три основні групи: ті, що зберегли своє оригінальне написання й оригінальну вимову, залишаючись «чужими» на рівні морфології, напр.: *blue chips, cash and carry, cash before delivery, cash flow, cash on delivery, clearing house, documents against payment, duty free shop, managring* [menydži-, menedže-, manadže-], *run* [ran i run] тощо; ті, що поступово набувають чеських формальних ознак: *clearing, clearingový, dealer, dealerský, dealersky, dealerství, dumping, damping, dumpingový, dampingový, dumpingově, dampingově, leasing, leasingový* та ті, що адаптувалися на всіх рівнях чеської мовної системи: *eurošek, manažer, manažerka, manažerský, manažersky, manažerovat, manažerismus, manažerismus, manažerství*.

Окрім вище згаданої класифікації, англіцизми та американизми цього сегменту можна класифікувати за іншим принципом: нові, старі та інвазійні. Так, наприклад, новим для чеської економічної лексики є слово *frenčizing* (англ. *franchise, franchising*), що позначає «спосіб торговельної діяльності, маркетинг товарів або послуг, котрий застосовується в різних галузях промисловості і торгівлі». За даними субкорпусу *syn2006pub*² чеського національного корпусу, у публіцистичних текстах слово вперше було вжито в 1991 р. у газеті «*Lidové poviny*»: *Controlling, merchandising, <franchising> kdoví, jestli je tam alespoň lombard*. У різножанрових текстах, за даними *syn2000*³, найперша фіксація датується 1995 р. Згодом слово реєструвалося у вузькофахових текстах усього 21 раз [ČNK]. На основі англійського конвергента *franchisor* у чеській мові утворилися графічні дивергенти – іменник *frenčizor* «той, хто надає франшизу» і *frenčizant* «той, хто використовує права власника». На Інтернет-сторінках з'являється чеський вербатив *frenčizovat* «провадити торговельну діяльність, маркетинг товарів або послуг, котрий застосовується в різних галузях промисловості і торгівлі» і субстантив *frenčizování* (с.р.), під яким розуміється «процес франчайзингу».

До старих відносимо лексему ч. *marketing*. Уперше слово зареєстрували у словнику чеської літературної мови для шкіл та громадськості у 1978 р. у двох графічних формах *marketink, marketing* із дефініцією «дослідження ринку товарів і торгівлі» [SSČ, с. 215]. Проте у ХХІ ст, майже не змінюючи своєї семантичної наповненості, «метод керівництва та вплив на активну економічну діяльність відповідно до потреб ринку» [ASCS, с. 481], слово стає головним компонентом низки інноваційних термінів, як-от: *internetový marketing, engagement marketing* «дієвий маркетинг», *mobil marketing, infiltration marketing* «проникливий, фільтруючий маркетинг» *guerilla marketing* «партизанський маркетинг – нетрадиційні форми маркетингу (наприклад, шок, екстравагантність, скандал тощо)». Чеські фахівці з Інтернет-маркетингу винайшли нове словосполучення *buzz marketing*, що складається з чеського вигуку та англійського конвергента і означає «маркетинг, що спричинив галас, дзижчання (*buzz*) навколо бренду (продукту, компанії, події)» [MS]. На сьогодні лексична база АН Чеської Республіки нараховує 44 нові лексичні одиниці, у яких слово *marketing* або виступає головним компонентом, або на його кореневій основі утворені чеські неологізми: *action marketing, antitelemarketingový, benchmarking, corporate marketing, cross marketing, direct marketing/directmarketing, direct marketingový/directmarketingový, e-direct marketing, e-mail marketing, e-marketing/emarketing, e-marketingový, event marketing, geomarketing, guerilla marketing, i-direct marketing, m-marketing, makromarketingový, marketing management, marketing manažerka, marketing worker, seabemarketingový, selfmarketing, telemarketing, telemarketingový, webmarketing, Weinmarketing* тощо [LEXIKO]. Зазначимо, що мода робити все позакордонному позначилася і на графічній формі слова. Воно частіше вживається мовою-оригіналом.

Останнім часом у чеській мові простежується досить істотний процес – інвазія запозичень. Він характеризується повторним запозиченням у тій самій формі, але з іншим значенням, і в цьому процесі англійська мова (а точніше її американський варіант) стає мовою-трансмідером для чеської та інших (переважно класичних) мов. Наочним прикладом такого явища може бути історія ч. *sponzor* (англ. *sponsor*). Перші відомості про нього знайдено нами в електронному словнику старочеської мови, де зазначається, що в ній існував прикметник *slúbilý* «той, що обіцяє; зобов'язується», який походить від лат. *spōnsor*. На жаль, у словнику немає посилання на конкретне історичне джерело, лише у передмові зазначено, що загалом словник е тезаурусом старочеської мови від початку її існування до кінця XV ст. [VW]. Не вдалося знайти й інших

² *syn2006pub* – корпус публіцистичних текстів 1990 – 2004 рр.

³ *syn2000* – корпус різножанрових текстів 1990 – 1999 рр.

джерел, де б слово фіксувалося чи вживалося в іншому контексті, тому саме цей історичний період ми вважатимемо часом появи лексеми. Не згадується слово й у словниках В. Махека, Фр. Шімека, Й. Голуба та С. Лієра. В етимологічному словнику Ї. Рейзека лексема подається як латинізм із значенням «гарант, поручитель» [RČES, с. 594]. Ані словник-довідник, ані жодний зі словників чеської літературної мови, виданих до 80-х рр. XX ст., так само не фіксують таку лексичну одиницю, і лише в деяких словниках слів іншомовного походження можна побачити його різні тлумачення. Так, наприклад, О. Шетка не подає слово як гніздове, а ставить його в один ряд із тими, що містять спільний корінь – лат. *spons-*, а саме: *sponsa* «молода, наречена», *sponsalie* «заручини, весільна угода», *sponsus* «молодий, наречений», у коментарі до самого слова *sponsor* наводиться зовсім інше значення – «заручник, кредитор» [Šetka 1935, с. 333].

Історичні події в країні та зміна політичної орієнтації не раз спричинювали зміни в стилістичному забарвленні слова. За часів Чехословаччини латинізм у словнику Л. Реймана подавався в оригінальній графічній формі *sponsor* із чеською вимовою [sponzor] із негативною конотацією «підприємець у капіталістичному світі, котрий вкладає кошти у телевізійні рекламні програми; диктор цих програм» [Rejman 1966, с. 508]. Економіко-політична ситуація після 90-х років XX ст. радикально змінює сприйняття слова, і сьогодні воно вважається англо-американізмом, новітнім значенням якого є «фінансовий покровитель, патрон» [7; 3; RČES, с. 594]. На нашу думку, чеське тлумачення, на відміну від американського, є конкретнішим, адже за словником американізмів це «захист або патронат» [SA, с. 496]. У 1994 р. З. Сохова і Б. Поштолкова тлумачили значення слова *sponzor* як «підприємство чи підприємець, що фінансує (повністю або частково) спортивну, мистецьку, наукову, добродійну акцію та її учасників за певну компенсацію»; у публіцистиці це також «спонсор мирних переговорів, гарант» [CVSN, с. 195]. Новим семантичним явищем є вживання слова *sponzor* в експресивному значенні «чоловік, котрий фінансово забезпечує свою партнерку» [SN1, с. 280]. Водночас рееструються і чеські морфологічні новотвори: *sponzorský*, *sponzorství*, *sponzoring*. О. Мартинцова у першому томі словника неологізмів рееструє нові деривати: іменники *sponzorování*, *vyšponzorování* (с.р.), прикметник *sponzorovaný*, прислівник *sponzorsky*, двовидове дієслово *sponzorovat* і префіксально-суфіксальну дієслівну словоформу *přesponzorovat* (док.) [SN1, с. 234, 280, 333]. У другому томі словника наводяться новий прикметник *sponzoringový*, дієслово *zasponzorovat*, а також чесько-англійський гібрид *spolusponzor* і вторинний вербатив *spolusponzorovat* [SN2, с. 427, 546].

Академічний словник іншомовних слів відкидає посередництво англійської мови, вказуючи на те, що лексема запозичена безпосередньо з латини і позначає «особу, фірму, організацію, котра матеріально підтримує якусь акцію, діяльність іншої організації (із уживанням реклами тощо)», а серед похідних, на думку укладачів словника, найуживанішими є такі новотвори, як *sponzorský*, *sponzorování*, *sponzorovat*, *sponzorství* [ASCS, с. 706]. У словнику чеської літературної мови для шкіл та громадськості слово супроводжується позначенням англ. < лат. і тлумачиться як «особа, що фінансово підтримує когось або щось на основі угоди». Лексичний ланцюжок складається лише з трьох лексем: субстантивів *sponzor* (ч.р.) і *sponzorství* (с.р.) та ад'єктива *sponzorský* [SSČ, с. 407]. Таким чином, соціальні зміни у чеському суспільстві зумовили активізацію дії конвергенції та дивергенції в галузі економічної лексики, сприяли відродженню латинізму *sponzor*, розширенню його семантичного поля за рахунок англійської мови та чеських лексико-семантичних дивергентів.

Подібне трапилося з іншими лексемами. Наприклад, терміни, які сьогодні позначають реалії чеської дійсності, тобто *byznys*, *broker*, *subvence*, *bookmaker* тощо, перестали бути соціально маркованими як атрибути західного, буржуазного чужого світу і досить часто вживаються як у чеських ЗМІ, так і в повсякденному мовленні. Цей висновок ми зробили, порівнюючи тлумачення одного й того самого слова у різних словниках різних років видання. Наприклад, чітко позначилися історичні відмінності в оцінюванні лексики суспільно-політичного характеру, зокрема, слова ч. *byznys* / англ. *business*.

Свого часу лексему було зареєстровано в новому словнику іншомовних слів сучасної чеської мови О. Шетки (1935) із позначкою «торгівля» [Šetka 1935, с. 46]. Політична ситуація в соціалістичній Чехословаччині позначилася на тлумаченні слова, і довгий час воно несло на собі карб зневажливості. Так, словник-довідник літературної чеської мови до нейтрального пояснення додає власне чехословацький семантичний дивергент із негативною конотацією «гонитва за прибутком» і фіксує власний графічний дивергент – демінутивний субстантив *byznýšek* (ч.р.) [PSJČ]. Ї. Рейзек зазначає, що це «капіталістичне підприємство, переважно сумнівного характеру» [RČES, с. 63], словник сучасної літературної чеської мови конкретизує – «у капіталістичному, зокрема в американському суспільстві, – торгівля, діяльність, що має на меті отримання зиску, сам зиск» [SSJČ, т. I, с. 188]. Зазначимо, що сучасний словник чеської мови фіксує лише одну лексему *byznys* зі значенням «торгівля, торговельне підприємство; гонитва за прибутком» без будь-яких похідних і новотворів [SSČ, с. 40]. Зміна політико-економічної ситуації після 1989 р., відкритість перед світом сприяли переходові цього англїцизму з периферійного ареалу вживання до центрального і, як вказує сучасний словник іншомовних слів, *byznys* – це «(торг.) торговельна діяльність; успішне торговельне підприємство; заробіток, зиск від подібної діяльності» [ASCS, с. 118]. За допомогою чеських електронних джерел нами було простежено «життєдіяльність» слова у синхронії. За даними syn2000, слово було вжито 891 713 разів, від нього утворено 2 019 похідних. У публіцистиці, за даними syn2006pub, зареєстровано 1 381 900 випадків його вживання і 2 685 похідних [ČNK]. Слово пройшло процес конвергенції на всіх рівнях системи сучасної мови і за останні роки від нього утворилася чимала кількість чеських дивергентів із кореневою основою *byznys-*: *byznyscentrum* [SN1, с. 51; ASCS, с. 118], *byznysmen* [ASCS, с. 118], *byznysmanství*, *byznysmenství* [SN2, с. 66], *byznysplán* [SN1, с. 51], *cyklobyznys* [SN2, с. 74], *e-byznys*, *e-byznysově*, *e-byznysový* [SN2, с. 99], *ekobyznys* [SN1, с. 76], *m-byznys*, *m-*

byznysový [SN2, с. 244], *megabyznys* [SN2, с. 250], *narkobyznys* [SN1, с. 179], *sexbyznys*, *sex-byznys*, *sexbyznysman*, *sexbyznysmen* [SN2, с. 410], *superbyznys* [SN1, с. 287]. Новим є двовидове дієслово *byznysovat*, яке ще не зафіксоване у словниках, але вживається у розмовній мові, напр.: ...*částečně nově zařízený areál od obce pronajmou a budou tam lehce byznysovat*⁴; ... *v sobotu jsem musel byznysovat s focusem*⁵.

Зазначимо у контексті того ж слова і графічну інвазію, оскільки для більшої експресивності нові часописи, газети, рекламні слогани застосовують оригінальне написання *business*, *businessman* із додаванням чеських формантів: *businessový*, *e-businessové*, *businessově*, *businessovat*.

Отже, можемо констатувати, що поява, функціонування, або ж актуалізація економічної англійської лексики у складі чеської мови чітко пов'язана зі зміною економіко-політичної ситуації в Чеській Республіці. Наше дослідження також доводить, що сучасна чеська мова досить швидко й активно використовує власні граматичні ресурси для створення божемізованих новотворів на всіх рівнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Булаховский Л. А. Нариси з загального мовознавства / Л. А. Булаховский. – К. : «Радянська школа», 1955. – 248 с.
2. Вахек Й. Лингвистический словарь Пражской школы / Й. Вахек (при участии Й. Дубского); Пер. с франц., нем., англ. и чешск. И. А. Мельчука и В. З. Санникова; Под ред. и с пред. А. А. Реформатского. – М. : Изд-во «Прогресс», 1964. – 350 с.
3. Brabcová R. Společensko-politické změny a jejich odraz v současné češtině / Radoslava Brabcová // *Slavia : časopis pro slovanskou filologii* 1–2, roč. 67, 1998. – S. 107 – 112.
4. Čmejrková S., Daneš F. Jazyk malého národa / Světa Čmejrková, František Daneš // *Slovo a slovesnost : časopis pro otázku teorie a kultury jazyka* 1, roč. 54. – Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, 1993. – S. 19 – 30.
5. Hasil J. Čeština v proměnách 20. století / Jiří Hasil / *Přednášky z XLVII. Běhu Letní školy slovanských studií*. – Praha : Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, 2004. – S. 52 – 62.
6. Kučera K. Výrazy ustupující ze současného českého úzu / Karel Kučera / *Přednášky z 37. a 38. běhu Letní školy slovanských studií*. – Praha : Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, 1995. – S. 75 – 80.
7. Svobodová I. Sponzor / Ivana Svobodová // *Naše řeč (Drobnosti) : listy pro vzdělání a třibení jazyka českého* 1, roč. 74. – Praha : Ústav pro jazyk český AV ČR, 1991. – S. 122 – 126.

УДК 378.147

Биконя О. П.

докторант Київського національного
лінгвістичного університету

МЕТОДИЧНІ ВИМОГИ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ПОСІБНИКА У НАВЧАННІ ДІЛОВОГО АНГЛОМОВНОГО ГОВОРІННЯ ТА ПИСЬМА

У статті здійснено аналіз методичних вимог щодо використання електронного посібника у навчанні ділового англомовного говоріння і письма та шляхів їх реалізації у самостійній позааудиторній роботі студентів-економістів.

Ключові слова: методичні вимоги, навчальний посібник, самостійна позааудиторна робота, ділова англійська мова, ділове говоріння та письмо, студенти економічних спеціальностей.

Биконя О. П. Методические требования к использованию электронного пособия в обучении деловому английскому говорению и письму студентов-экономистов. В статье проанализированы методические требования к использованию электронного пособия в обучении деловому английскому говорению и письму при организации самостоятельной внеаудиторной работы студентов экономических специальностей.

Ключевые слова: методические требования, самостоятельная внеаудиторная работа, деловой английский язык, деловое говорение и письмо, студенты экономических специальностей.

Вуконя О. Р. Methodical requirements of using an electronic textbook in teaching students of economical specialties Business Spoken and Written English. In the following article the methodical requirements to an electronic textbook in teaching students Business Spoken and Written English have been analyzed. They are especially important for self-study extracurricular activities at higher educational establishments of Economics.

Key words: methodical requirements, an electronic textbook, Business Spoken and Written English, self-study, extracurricular activities, students of economical specialties.

⁴ Český domov – noviny do každé schránky. [Электронный ресурс] – Режим доступа до Интернет-часопису: <http://www.ceskydomov.cz/zlin/clanek/kauza-referendum-o-klanovickem-golfu-aktualizovano>. – Назва з екрана.

⁵ Ford-club. Diskuzní fórum. [Электронный ресурс] – Режим доступа на форум <http://forum.fordclub.cz/viewtopic.php?f=211&t=616&start=60>. – Назва з екрана.