

По-перше, документ, позначений ним, в українській педагогіці має своє найменування – сталі термінологізовані словосполучення «навчальні плани». Навчальний план – документ, що визначає структуру навчального року, перелік та розподіл предметів для вивчення в конкретному навчальному закладі, тижневу й річну кількість годин, відведених на кожний навчальний предмет.

По-друге, синонімія грецького та українського термінів пояснюється з погляду етимології. Грецька та кіпрська педагогіка зазнавала впливу англійської педагогічної теорії, тому грецький термін «*αναλυτικά προγράμματα*» є перекладом англійського «*analytical programs*». Так само українська педагогічна наука історично розвивалась під впливом російської, тобто терміносистема української мови орієнтувалась на вже існуючі поняття і терміни російської педагогіки. Тому український термін відповідного змісту, а саме – «навчальні плани» утворився внаслідок прямого перекладу російського терміна «*учебные планы*».

Тож уведення незрозумілого терміна «аналітичні програми» поряд із стандартизованим «навчальні плани» є надлишковим, оскільки його зміст повністю збігається як з англійським «*analytical programs*», так і з грецьким «*αναλυτικά προγράμματα*». Крім того, лексема *πρόγραμμα* на українську мову перекладається як «програма», «план», «перелік занять» та ін., що також не суперечить змісту терміна.

Отже, грецький термін «*αναλυτικά προγράμματα*» доцільно буде перекладати на українську мову як «навчальні плани», навіть у випадку, коли перекладач вважає за необхідне підкреслити екзотизм терміна.

Дещо інша, але тотожна попередній ситуація склалася із перекладом термінів «*εκπαιδευτική φιλοσοφία*» (англ. «*educational platform*» [6, 372]) та «*φάκελος επιτευγμάτων*» (англ. «*portfolio*» [6, 373]). У першому випадку дослівний переклад з грецької мови «освітня філософія» створює абсолютний синонім до вже наявного терміна «освітня платформа», що є прямим перекладом з англійської, а в другому випадку «пакет досягнень» дублює український термін «портфоліо», який є калькою з англійського.

Отже, термін «*εκπαιδευτική φιλοσοφία*» слід перекладати на українську мову як «освітня платформа», «*φάκελος επιτευγμάτων*» як «портфоліо». Саме в такій інтерпретації зміст цих термінів є стандартизованим в українській педагогічній науці.

Висновки. Проблема перекладу термінології дистанційного навчання з новогрецької мови на українську потребує подальшого обговорення та вивчення із залученням провідних фахівців у даній галузі педагогіки з України, Греції, Республіки Кіпр. На вибір шляху перекладу термінології дистанційної освіти впливає комплекс факторів, серед яких можна виділити ті, що стосуються термінології в цілому, і ті, що безпосередньо визначають специфіку терміносистеми дистанційного навчання. До загальних слід віднести, по-перше, набуття термінами додаткових значень у процесі вживання в повсякденному житті (педагогіка є соціальною наукою); по-друге, наявність значної кількості запозичень. Останній фактор є однією з визначальних рис термінології власне дистанційної освіти. Крім того, не менш впливовим чинником у виборі підходів до перекладу означеної термінології є інтеграція терміносистем інформатики та дистанційного навчання. При перекладі термінології дистанційної освіти з новогрецької мови на українську переважають такі способи, як прямий переклад, калькування, переклад способом логічного розвитку.

Подальші дослідження можливі в таких напрямках: пошук адекватних варіантів перекладу з урахуванням етимології й дефініцій, з зіставленням понятійних апаратів педагогіки обох країн.

Література:

1. Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.osvita.org.ua/distance/pravo/00.html>
2. Програмне_забезпечення. Матеріал з Вікіпедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
3. Тлумачний словник основних термінів системи дистанційного навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zippo.net.ua/distan/Lector/Inform/glosar.htm>
4. Εξ αποστάσεως εκπαίδευση [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://el.wikipedia.org/wiki/Εξ_αποστάσεως_εκπαίδευση
5. Λογισμικό. Από τη Βικιπαίδεια, την ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://el.wikipedia.org/wiki>
6. Πασιαρδής Π., Σαββίδης Ι., Τσιακκίρος Α. Η αξιολόγηση του διδακτικού έργου των εκπαιδευτικών. Από τη θεωρία στην πράξη / Π. Πασιαρδής, Ι. Σαββίδης, Α. Τσιακκίρος. – Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ – Αθήνα, 2005. – 375 σ.

УДК 81.272

І. Г. Войтенко,

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

ОСОБЛИВОСТІ ЛІНГВІСТИЧНОГО ПРЕДСТАВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглянуто особливості активізації економічних стереотипів у англomовному дискурсі. Досліджено методи активації економічних стереотипів у мовленні.

Ключові слова: економічний стереотип, опозиція «свій-чужий», багатий, бідний.

ОСОБЕННОСТИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассмотрены особенности активизации экономических стереотипов в англоязычном дискурсе. Исследованы методы активизации экономических стереотипов в речи.

Ключевые слова: экономический стереотип, оппозиция «свой-чужой», богатый, бедный.

LINGUISTIC FEATURES OF PRESENTATION OF ECONOMIC STEREOTYPES IN ENGLISH SPEAKING DISCOURSE

Economic stereotype is a form of social stereotypes. They arise and function in society, reflecting the political, economic and socio-cultural specifics of its life. It is important and now to consider the stereotype as a special kind of social attitude and methods of its activation in speech in the English economic discourse. The main objectives of the study are to determine the features of economic stereotypes and track their expression and activation in language, particularly in English-language economic discourse.

Stereotypes contribute to the formation of economic identity, sharing social world into «us» and «them», «friends» and «enemies». An example is the opposition «rich» and «poor», which is relevant in the time and geographical cut and activa-

tion, usually by using adjectives rich, wealthy, poor and nouns and the rich, poor, poverty. Stereotypes are characteristic to various areas of the economy: first, it can refer to production activity and can be actualized using the concept of work / labour.

In more detailed analysis we may distinguish between socio-professional orientation of economic stereotypes, that is, their relatedness to people of a particular profession.

Having considered the above examples we can conclude that economic stereotypes operate in different spheres of life and are actualized in speech using nouns, adjectives with evaluative meaning, and set expressions and proverbs.

Key words: economic stereotype, opposition «friend-or-foe» rich, poor.

Економічні стереотипи є різновидом соціального стереотипу та виникають і функціонують у суспільстві, відображаючи політичну, економічну та соціокультурну специфіку його життя. Їх суть пов'язана з соціальними трансформаціями у суспільстві. Хоча, економічні стереотипи самі можуть виступати фактором змін і впливати на свідомість окремої людини та суспільну свідомість внаслідок кризи, розвитку інформаційних технологій, зміни політичних настроїв. Економічна свідомість стосується всіх сфер життєдіяльності, в котрих особа взаємодіє з іншими людьми, та за своїми характеристиками диференціюється в залежності від рівня багатства/бідності, соціального статусу, професійної групи, місця проживання (місто, село) та інших факторів. Значна частина установлених позицій економічної свідомості має етноісторичний характер та відображає визначений менталітет народу. Найчастіше стереотип характеризується як вид знання (категорія, уявлення), образ або особливий різновид соціальної установки.

Дослідженням економічного стереотипу займалися соціологи О. Н. Ваніна, Н. Б. Хазова та інші. Серед мовознавців економічний стереотип не є достатньо досліджений. Важливим та актуальним на даний час є розгляд економічного стереотипу як особливого різновиду соціальної установки та методи його активізації в мовленні в англomовному економічному дискурсі. Основними завданнями дослідження є визначити риси економічних стереотипів та відстежити способи їх вираження та активізації у мові, зокрема у англomовному економічному дискурсі.

Існує визначення, що економічний стереотип – це стійка закріплена думка про економічну ситуацію або явище, що майже не змінюється у часі [Ушко]. Згідно з соціологом Хазова Н. Б. економічні стереотипи – це стійкі програми людей у сфері виробництва, розподілу і споживання матеріальних та духовних благ [4, с. 110]. Стереотипи виступають як схеми осмислення економічних процесів і поведінки особи на виробництві, при отриманні благ та їх використанні та формуються в процесі відтворення всієї системи економічних відносин соціального суб'єкта.

Даний стереотип володіє яскраво вираженою афективною складовою, схематичним та узагальненим змістом, що має підвищену чутливість до зовнішніх впливів. Стереотип має трикомпонентну структуру. 1. Афективний рівень, що включає у себе почуття симпатії чи антипатії до реального чи символічного об'єкту. 2. Когнітивний рівень, представлений у думці чи судженні відносно даного об'єкту. 3. Поведінковий рівень, що представляє програму дій, стосовно цього об'єкту. Стереотипи у економічному дискурсі відносяться до соціально-психічних утворень з афективною природою. Також економічні стереотипи розглядають як спрощені, схематичні, деформовані та ціннісно-орієнтовані уявлення про економічні об'єкти, явища та процеси. Як правило, в економічних стереотипах сумується в спрощеній і деформованій формі досвід певної групи.

У повсякденній свідомості стереотипи можуть заміщати знання про економічні процеси, значно спрощуючи процес орієнтації, вироблення і прийняття рішень у складному й суперечливому світі. Стереотипи сприяють формуванню економічної ідентичності, розділяючи соціальний світ на «своїх» і «чужих», «друзів» і «ворогів». Яскравим прикладом є опозиція «rich» і «poor», яка є актуальною у часовому та географічному зрізі та активізується, як правило, за допомогою прикметників *rich, wealthy, poor* та іменників *the rich* та *the poor, poverty*. До прикладу Канадська газета 1987 року, обговорюючи дії опозиції, зазначає «*The opposition called on the government Monday to take an action in Wednesday budget to reduce what they said was the widening gap between the rich and the poor and the have and have-not regions of the country*», (*The Ottawa Citizen*. Tuesday. February 17, 1987). Сучасний приклад 2013 року свідчить, що проблема лишилась: «*Congress wants to break the wall which is dividing the poor and the rich, he said while addressing an election meet at the Talanpur Maidan here today.*» (5) Також вищезгадана опозиція представлена метафорами: *Poverty is no crime. Poverty is no sin.*

За ступенем поширення стереотипи поділяються на універсальні – зрозумілі та витлумачені для людей з інших країн, або для громадян однієї країни; регіональні – створені та функціонуючі у визначених регіонах та локальні стереотипи місцевого значення, що функціонують на обмежених невеликих територіях. Вивчення регіональних та локальних економічних стереотипів є важливим для використання у рекламі, маркетингу, обслуговуванні та інших видах діяльності.

Стереотипи властиві різноманітним сферам економіки: насамперед ви може стосуватися виробничої діяльності та актуалізуватися за допомогою концепту *work/labour (workaholic, workhorse, busy bee, hard worker, eager beaver)*, а також ідіом: *In all labor there is profit, but mere talk leads only to poverty. He that has a trade has an estate. (Ben Franklin) He who does not work, neither shall he eat.*

Етнографічний характер концепту *work* для вираження стереотипів може стосуватися представників різних народів, місця проживання, статі та віку: «*Americans live to work, and Europeans work to live*»; *takes company computer home with him, even on leave; addicted to work; missing spending time with his children, Many Americans don't even use the vacation time that they've earned; many Americans work like dogs.* (2)

При детальнішому аналізі можливо розрізнити соціально-професійну спрямованість економічних стереотипів, тобто їх віднесеність до людей конкретної професії. Представники тієї чи іншої галузі економіки розглядаються в позитивному та негативному аспектах, знову спрацьовує опозиція «свій» – «чужий». Вчителів характеризують як: «*knowledgeable about subject matter*», «*effective communicator*», «*provides timely feedback on assignments*» (3), використовуючи позитивні характеристики. Поряд з тим переважаюча більшість характеристик має негативну конотацію, та активується за допомогою негативних суджень: «*yells a lot*», «*arbitrarily assigns grades*», «*army sergeant*», «*the one, who hasn't changed in thirty years*». Стійкими до заперечення та зміни є вислови відомих людей, які сприймаються як авторитетні та правильні та важко підлягають оскарженню. Такого роду вислови можуть використовуватися для маніпуляції свідомістю. Наприклад фразу Джорджа Бернарда Шоу «*He who can, does; he who cannot, teaches*» часто використовують для негативного представлення педагога (4).

Професія економіста теж викликає низку асоціацій як позитивних так і негативних: «*selfish Grinches*», «*the only reason we don't sell our children is that we think they'll be worth more later*», «*benefit from public goods even if you don't contribute to them*» (6).

Узагальнене групування професій відбувається за допомогою ідіом-неологізмів для позначення різних категорій працівників за аналогією до усталених словосполучень *blue collar worker, white collar worker* [1]. Стикаючись з цими ідіомами,

ми приблизно знаємо у якій сфері працює людина, її освіту, зарплату, стиль життя, соціальний захист: «*In particular, white-collar workers—salaried and non-union members—have made gains in life expectancy at double the rate of blue-collar workers.*» (9) Серед них інновації *pink-collar workers* – «*a type of employment traditionally held by women, especially relatively low-paying work: secretaries, phone operators, and other pink-collar workers.*» (7); *green-collar workers* – «*workers who are employed in the environmental sectors of the economy*» (8); *scarlet-collar workers* – «*a term often used to refer to people who work in the pornography industry, especially women entrepreneurs in the field of internet pornography*» (8); *gold-collar workers* – «*a newly formed phrase which has been used to describe either young, low-wage workers who invest in conspicuous luxury (often with parental support)*» або «*highly-skilled knowledge people who are highly valuable to the company: lawyers, doctors, research scientists*» (8).

Беручи до уваги економічний розвиток країн та їх місце у трансформаційній моделі людства виділяють країни з розвинутою економікою (ВВП > 15000 дол. США). Окрему підгрупу утворюють держави Великої сімки (Great 7 – G7). Крім країн-членів спільноти до названої вище групи відносять Швейцарію, Норвегію, Австралію, Нову Зеландію. Країни з перехідною економікою. До них відносять постсоціалістичні держави Європи та Азії, що перебувають на різних стадіях трансформаційного процесу («Second World»). Країни, що розвиваються, тобто підгрупа країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону (АТР), Африки та Латинської Америки. Інакше ці країни називають країнами третього світу («Third World»).

First-world countries have stable currencies and robust financial markets, making them attractive to investors from all over the world (11).

The term First World also means: industrialized nations, developed countries, rich countries or the civilized world, in contrast to the poor, under-developed, un-civilized, exploited nations of the so called Third World (12).

I am from a «Third World» country, and I also lived in other developing nations experiencing their customs and ways – they don't live in mire and refuse (10).

«It was a house of horrors; it wasn't fit for people, animals, anybody. It was just horrible. Her house was like a Third World country» (10).

Для опису економічно розвинутих країн використовуються прикметники та дієприкметники з позитивною конотацією: «industrialized», «developed», «rich», «civilized». В той час коли країни третього світу описані негативно: «poor», «under-developed», «horrible». Відповідно чуучи або зустрічаючи у тексті один з термінів, що класифікують країни, одразу відносиш та характеризуєш країну чи її представника до заздалегідь вивченої групи.

Відмітними рисами економічного стереотипу є: персоніфікація явищ (причина тих чи інших явищ пов'язується з діяльністю конкретної особи або певної групи, наприклад George Soros, Bill Gates, Steve Jobs); сильне емоційне забарвлення сприйняття та інтерпретації явищ (як правило, різко негативне або позитивне ставлення до чого-небудь чи до кого-небудь); ірраціональність (як правило, факти, які суперечать стереотипу, не беруться до уваги або з обуренням відхиляються); усталеність (стереотип є статичним, незмінюваним і здатним до самозбереження навіть у ситуації, що радикально змінюється).

Розглянувши вищенаведені приклади ми можемо зробити висновок, що економічні стереотипи функціонують у різних сферах життя людини та актуалізуються у мовленні за допомогою іменників, прикметників з оцінним значенням, а також сталих виразів та прислів'їв. На формування економічних стереотипів впливає багато чинників, зокрема політичний, соціальний. Подальше дослідження економічних стереотипів є важливим з огляду на те, що вони впливають на різні типи дискурсу та визначають зв'язки між різними сферами функціонування суспільства.

Література:

1. Гуриев С. Мифы экономики. Заблуждения и стереотипы, которые распространяют СМИ и политики / С. Гуриев – М. : Альпина Бизнес Букс, 2011. – 304 с.
2. Зацний Ю.А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. / Ю.А. Зацний.– Львів: ПАІС, 2007.– 228 с.
3. Ушко Е. В. Экономические мифы, стереотипы и парадоксы социально-экономического развития / Е.В.Ушко // Интернет-журнал «Экономические исследования». – 2012. – №1 (12) – Режим доступа : <http://www.erce.ru/internet-magazine/magazine/29/419/>
4. Хазова Н. Б. Особенности становления новых экономических стереотипов. / Н. Б. Хазова. – Известия Уральского государственного университета. Сер. 3: Общественные науки. – 2007. – № 51. – С. 110–116.
5. Хазова Н. Б. Противоречия культуры становления и реализации экономических стереотипов населения в рыночных условиях: автореф. дис. / Н. Б. Хазова. – Екатеринбург: Ур. гос. ун-т им. А. М. Горького, 2008. – С. 12–14.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Газета The Ottawa Citizen. Tuesday, February 17, 1987 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.google.com/news/papers?nid=2194&dat=19870217&id=Hr8yAAAAIIBAJ&sjid=i-8FAAAAIBAJ&pg=2840,3207997>
2. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.linguatrek.com/blog/2011/09/american-stereotypes-americans-are-workaholics>
3. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.teachhub.com/teacher-stereotypes-overcoming-apple-sweater-ideals>
4. <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/585183/teaching/39096/Geographic-mobility-of-teachers>
5. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.deccanchronicle.com/131120/news-politics/article/opposition-indulging-politics-rich-congress-always-stood-poor-rahul>
6. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nytimes.com/2011/12/18/opinion/sunday/economists-are-grinches.html?_r=3&
7. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dictionary.reference.com/browse/pink-collar>
8. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tnpsc.wordpress.com/2011/12/05/collar-jobs-black-blue-gold-gray-green-open-pink-scarlet-white/>
9. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bloomberg.com/bw/articles/2014-11-05/pension-problems-white-collar-workers-live-too-long>
10. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.recordonline.com/article/20061121/Opinion/611210304>
11. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.investopedia.com/terms/f/first-world.asp>
12. Сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nationsonline.org/oneworld/first_world.htm