

## КОМУНІКАТИВНІ ПОТРЕБИ І ЗАСОБИ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ У НАУКОВИХ ТЕКСТАХ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

Матулевська Н.П., Гречаниченко Л.В.  
Донецький національний технічний університет

*Стаття присвячена актуальній лінгво-методичній проблемі урахування комунікативних потреб студентів під час роботи з професійними текстами, а також розгляду явища стереотипізації в наукових текстах. Предметом розгляду є економічні тексти, які опрацьовують на заняттях студенти I курсу під час вивчення дисципліни "Українська мова з урахуванням фаху".*

Будь-яка сфера комунікації є набором типових ситуацій, відповідних систем мовних засобів, способів реалізації цих систем [1, с. 101]. Людський мозок не справлявся б у межах відведеного часу і з часткою того, що ним самим породжено, якби не було стереотипів, уніфікованих стандартів, упорядкованих у результаті класифікації та відбору.

На зумовленості існування стереотипів соціальною природою мови зроблено акцент у цілому ряді досліджень, присвячених вивченню стереотипних мовних одиниць. Так, Г. Колшанський розглядає мову як відкриту безкінечну систему, яка прагне нормалізації, певної стандартизації, що необхідно для адекватного передання типових моделей інформації [2, с. 204].

У працях В. Костомарова, А. Васильєвої, Н. Разінкіної підкреслено широке використання стереотипних засобів у різних стилях мови. На думку Н. Разінкіної, будь-який функціональний стиль проявляє свою мовну специфіку, зумовлену метою комунікації, насамперед у навмисному підкоренні відбору мовних засобів тому чи іншому стереотипові.

Текст – як результат творчого розумового процесу – специфічний засіб комунікації, а отже, йому тяж властиві стереотипні мовні засоби. Процес сприймання тексту – досить складний пізнавальний процес, який складається з цілого ряду пізнавальних операцій на розумовому та емоційному рівнях [3, с. 66].

Цю статтю присвячено розгляду явища стереотипізації в наукових текстах, зокрема, у текстах з економіки, оскільки науковий характер інформації, повторюваність тієї самої термінології, орієнтація на майже однорідну аудиторію створюють умови для стереотипізації, яка пов'язана з використанням готових мовних стандартів, комунікативних формул.

Поняття стереотипності в доборі мовного матеріалу поширюється на велике коло явищ: від лексичних одиниць, характерних синтаксичних конструкцій до певних моделей створення надфразових єдностей, побудови абзаців і загального композиційного впорядкування текстів. У даному дослідженні ми розглянемо лексичний і синтаксичний рівні стереотипізації.

На лексичному рівні в текстах економічного фаху у створенні характерних мовних стереотипів беруть активну участь так звані слова-сигнали [4, с. 59 ], роль яких у наукових текстах часто відіграють терміни. Такі особливості семантичної структури слів-сигналів, як широта лексичного значення, нейтральність в оцінюванні зумовлюють їхню високу сполучуваність, активність. Це можуть бути іменники або прикметники, що дають можливість узагальнено і розчленовано описати певне економічне явище. Показовою є дуже висока частота вживання цих слів: *гроші, грошовий* (накопичення грошей, вкладання грошей, друкування грошей, заощадження грошей, інвестування грошей, грошовий потік, грошовий баланс, грошовий обіг, грошова маса), *баланс* (платіжний баланс, поточний баланс, торговельний баланс, товарний баланс, баланс компанії), *вартість* (вартість майна, вартість опціону, вартість акції, додаткова вартість), *економічний* (економічне зростання, економічна нестабільність, економічні показники, економічна криза, економічний тиск, економічні санкції, економічний потенціал), *компанія* (акціонерна компанія, трастова компанія, прибуткова компанія, компанія банкрутує, власники компанії, акціонери компанії) тощо.

Призначенням цих слів є типізація, стандартизація мови економічних текстів, що полегшує сприйняття їх змісту.

У здійсненні конструктивного принципу наукової мови економістів відіграють роль й особливі "економічні" фразеологізми, які зазвичай у текстах беруться в лапки. Вони одночасно і підвищують виразність тексту, і служать засобом стислої передачі інформації, і виконують стереотипну функцію, виступаючи як готові зразки мовлення. Фразеологізми легко запам'ятовуються, завдяки чому можна швидко згадати і відновити отриману з тексту інформацію. Наприклад: "зелений шантаж" – практика придбання великої кількості акцій компанії з погрозою перебрати керівництво нею, якщо компанія не викупить їх назад за вищою ціною; "золотий парашут" – виплати і премії, які нараховує собі керівництво компанії, передбачаючи спробу поглинання компанії; "гарячі гроші" – гроші, вкладені до банку на дуже малий період (наприклад, до початку наступного операційного дня) з метою отримати якомога вищий зиск; "невидима рука" ринку виявляється у знаходженні найефективнішого шляху розвитку торгівлі споживачами і виробниками без втручання державних органів; "невидимі товари" – банківські та бухгалтерські послуги, туризм.

На синтаксичному рівні засобом стереотипізації мови є широке використання стійких словосполучень предикативного типу: дієслово + іменник у знахідному відмінку з прийменником або без прийменника (наприклад: вкладати гроші, отримати прибутки, розв'язати проблеми, накопичувати вартість, регулювати грошову масу, здійснювати керівництво, збільшувати економічну активність, втрачати зиски, стимулювати за рахунок виробників, вкладати гроші в цінні папери, заплатити за придбання облігацій).

Поширеною моделлю предикативного типу є модель: дієслово (дієприкметник) + іменник в орудному відмінку (користуватися чеком, підтвердити результати, пов'язані з ризиком, платити готівкою, розплатитися з кредиторами, придбати за визначеною ціною).

Стереотипні сполуки за своєю структурою можуть бути складними. До дієслівно-іменникового словосполучення приєднуються інші усталені сполучення, утворюючи стійкий ланцюг: стримує намагання + намагання урядів + намагання впливати + впливати на ціну + ціну власної валюти = стримує намагання уряду впливати на ціну власної валюти; реагують на прискорення + прискорення темпів + темпів інфляції = реагують на прискорення темпів інфляції.

Отже, одиниці мови, що їх використовують для опису тієї чи іншої типової моделі передачі інформації, характеризуються високим ступенем передбачуваності. Синтаксичні конструкції, що вживаються для фіксації, становлять чітко визначений стереотип із сформованим лексичним складом. Стереотипність синтаксичної будови зумовлюється значною мірою стереотипністю її лексичного наповнення і навпаки. Отже, утворюється сплетіння взаємопов'язаних і перехресних ознак різних мовних рівнів, що свідчить про інтегрований характер процесу стереотипізації.

#### Перелік посилань

1. Непийвода Н.Ф. Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). – К., 1997.
2. Колшанский В.Г. Соотношение объективных и субъективных факторов в языке. – М.: Наука, 1975.
3. Перчаткина Н.Н. Функции стандартизации единиц в семантической организации текста // Типология текста в функционально-стилистическом аспекте. – Пермь, 1990.
4. Костомаров В.Г. Слова-сигналы // Русская речь. –1967, –№3.