

Іван Теплий<sup>1</sup>, Людмила Бондарчук<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Львівський національний університет ім. І. Франка

<sup>2</sup>Львівський державний аграрний університет

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ З ЕКОНОМІКИ У НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі української мови)

© Іван Теплий, Л. Бондарчук, 2002

У статті розглядаються актуальні питання науково-популярного та суто наукового викладу з економіки (на матеріалі української мови). Підкреслюється важливе значення розмежувального підходу і відпрацювання відповідної термінологіки і терміносистеми. Подається історія проблеми.

The article deals with the topical issues of scientific – popular and scientific approaches towards the differentiating of them both in Ukrainian. The historical background is provided.. It is stressed that both stylistic varieties are to be elaborated in terms of terminology with the terminological system as the supreme goal here.

Українська науково-популярна література економічного профілю як одна із форм сучасної наукової літератури формувалася поступово, набуваючи нових рис і тенденцій з плином часу.

Економічна література, як і сама економічна наука, виникла в Україні на базі інших вчень. Зароджуючись на сторінках філософських досліджень Г.Кониського, І.Вишенського, Ю. Котермака (Дрогобича), українська економічна думка поєднувалася із соціально-політичними та загальноетичними проблемами; а емоційність авторів уподібнювала їхні книги до художніх.

Визволення наукового стилю від елементів художнього відбувалося поступово, в міру того, як поступово економічна наука виокремлювалася як галузь.

В середині XIX ст. на наукову арену вийшли такі українські вчені-економісти, як С.Подолінський та М.Зібер в Наддніпрянщині, а також О.Терлецький, В.Навроцький, С.Данилович в Галичині. Проблем економіки виробництва, управління, соціального захисту робітників і селян торкалися у своїй публіцистиці українські письменники-демократи. Так, прихильник утопічних ідей Р.Олена, М.Павлик мріяв про втілення вчень відомого англійського підприємця і мислителя на теренах українського села, зокрема, в кооперативному русі галицьких селян [5].

Наприкінці XIX – на початку XX ст. в Україні виходять друком і книги, авторами яких є не теоретики, а виробничники, що дають практичні поради, як саме працювати в певній виробничій чи фінансовій галузі і як домогтися максимального успіху: С.Качала “Що нас губить і що намъ помочи може” (1874 р.), К.Левицький “Про сільські каси позичкові і щадниці” (1894 р.), І.Петрушевич “Поученя як заводити спілки для торгівлі і промислу” (1911 р.), О.Нежаковський “Як реєструвати спілки господарсько-молочарські” (1909 р.) – Галицькі видання; А.Силенко “Про сільськогосподарські товариства та спілки (яка од них користь, як їх засновувать і вести з ними діло)” (1913 р.), Є.Чикаленко “Як впорядковувати хазяйство в полі” (1918 р.) – східноукраїнські видання.

Щодо стилістики тогочасних економічних популярних видань, то можна навести слова М.Туган-Барановського – видатного вченого-економіста, послідовника Харківської економічної школи, міністра фінансів Центральної Ради: “Погляньте на популярну кооперативну літературу... Як сильно бренть у ній етичне натхнення, скільки зустрінете в ній моралізування” [5, с.154].

Стилістика ж праць самого М.Туган-Барановського – вченого, якого проф. С.М.Злупко назвав “першим східноєвропейським економістом, наукові теорії якого визнали зарубіжні вчені різних шкіл і напрямів” [4, с.3], вирізняється яскравою метафоричністю, емоційністю, наприклад: “Велике капіталістичне підприємство повинно привести до суспільних умов, при котрих капіталістична лущина його повинна луснути [4, с.153]”, – або: “Наша справа буде рости і рости..., бо мета кооперації йде в безконечну далечінь” [4, с. 176].

Що стосується популярних економічних видань радянського періоду, тут, очевидно, можна виділити кілька де в чому відмінних етапів, спираючись на певні історичні та економічні чинники конкретного періоду. Загалом же виразно спостерігається тенденція використовувати такі книги не тільки для висвітлення фахових проблем, а й для утвердження радянських політичних гасел. Економічні питання обов’язково поєднувалися з політичними і, відповідно, науково-популярна книга з економіки була водночас і публіцистичною.

Популярні економічні видання 20-их років багато в чому нагадували аналогічну літературу кінця XIX – початку XX ст. Ці книги призначалися головню для малописьменного населення. Вони були невеликі за обсягом, з негустою насиченістю термінами, спрощеним синтаксисом.

Існували серії видань, які через своє призначення так і називалися: “Дешева бібліотека малописьменного”, “Дешева бібліотека робітника” тощо.

На теренах Галичини були аналогічні серії: “Читанка для всіх”, “Книжечка для всіх” тощо. Проблеми, яких торкалися автори видань, в основному стосувалися промислового та аграрного виробництва, рідше – обліку та торгівлі: “Супутник цукроварника” за ред. Є.Сташевського (1926 р.), Д.Вірин “Весняну сівбу на рейки змагання” (1930 р.), І.Інгульський “Як організувати селянське господарство в районі цукроварні” (1930 р.), І.Зак-Заков, В.Биховський “Як боротися з втратами в роздрібній торгівлі” (1928 р.).

Багато назв тогочасних популярних економічних видань звучать пафосно, лозунгово. Подібну тенденцію і загально піднесений настрій мають і назви аналогічних галицьких видань цього періоду: Є.Храпливий, Р.Кахникевич, “Електричну струю на наше село!” (1931 р.), збірка “Коли самі собі не поможемо, то хто нам допоможе?” (1926 р.), Ю.Павликовський “Не кидайте, а здобуйте” (1933 р.).

30-ті роки XX ст. в Радянській Україні забарвлені колгоспним змістом популярних економічних видань. Такі книги набули агітаційної функції, плакатного вихваляння нових форм господарювання: О.Буткевич “Об’єднуємося в колективні господарства”(1930 р.), М.Мадфес “Щасливе колгоспне життя” (1939 р.), А.Буйтман “До колгоспу йдемо свідомо й добровільно”(1930 р.).

Повоєнний період в історії популярних економічних видань додав нових рис. Науковий і науково-популярний стилі в нашій країні стали роз’єднаними, оскільки ознаки популярної літератури на той час вважалися абсолютно неприйнятними для наукового

видання. Як вказує Н.В.Зелінська, “емоційний виклад вважався зайвим у наукових текстах, навіть шкідливим для їхньої пізнавальної цінності” [3, с.16].

Популярна економічна література періоду 40–70 рр. минулого сторіччя має агітаційно прославловальні риси. Здебільшого описувався досвід передовиків виробництва, а також керівників-комуністів. Вже в назвах книг, наприклад, про сільськогосподарське виробництво відчутна загальна мотивація цієї літератури: збірка “Змінюємо економіку колгоспу” (1967 р.), М.Гусак “Творці колгоспного достатку” (1970 р.), І.Гоцалюк “Славний твій труд, голово” (1988 р.) тощо.

Авторами таких книг були переважно письменники-публіцисти, рідше – вчені та господарники. Книги, написані фахівцями, редагувалися письменниками із обов’язковим називанням автора відредагованого тексту.

В Україні того часу друкувалося багато художньої літератури про виробництво і, зокрема, про реальних передовиків, Героїв соціалістичної праці: М.Латишев “Середденья” (1971 р.), С.Бешуля “Повість про хлібодарів” (1972 р.), С.Плачинда “Дума про Людину” (1974 р.) тощо. Риси художнього стилю тут поєднані з публіцистичним, а наявність термінів, хоча й в обмеженій кількості, наближує ці книги до наукової літератури: “Цокає рахівницею Данильчук, сплюсовує фуражний фонд. Ой не вистачить фуражу до весни. Треба зватра конче підскочити на заготзерно” [8, с.190].

Терміни в такому контексті іноді поєднуються надто неприродно з іншою лексикою. Відчутною тут є абсолютна перевага ознак художньої літератури: “Солов’ями заливаються й колгоспні бухгалтери, коли восени підраховують прибутки: мільйони карбованців струшують гілки разом з плодами і листями” [7, с. 232].

Період “перебудови” значно вплинув на зміст та стиль популярної економічної книги. Категоричними і прямолінійними стали назви: збірка “Не сміти командувати!”, Л.Шепотько, І.Прокоп “Господарство особисте – вигода спільна”, В.Чопенко “Випробування орендою”, О.Кириченко, С.Лаптев, Л.Паращенко “Як заповнити гаманець”.

Лексико-стилістичні особливості таких книг з частим використанням жартів, фразеологізмів, слів у переносному значенні: “Коли такі джерела відсутні, вони мусять з’їдати ліміт виробничих затрат” [9, с.34], “Поки інфляція в Україні – вища, ніж у США, українська економіка буде “зеленіти” [1, с.33]”, – та загальне спрямування (звернення поглядів до ринкових основ, заклик до підприємництва, обґрунтування переваг приватної власності) тяжіють до західних науково-популярних видань. Наприклад, як і в американському виданні Р.Веара та Дж.Рудника “Як відкрити власний ресторан” [11], побудованого у вигляді діалогу між підприємцями, книга О.Кириченка, С.Лаптева та Л.Паращенко [6] базується на невимушеній розмові трьох науковців про джерела збагачення та основи підприємництва. Принципове у цій книжці слово “гаманець” автори живляють у різних значеннях: “добробут”, “бюджет”, “багатство” тощо.

Подібну тенденцію використовувати побутові слова в переносному значенні замість економічних термінів знаходимо і в західних популярних економічних виданнях. Наприклад, в книзі Дж.Баласко “Як навчити слона танцювати” [10] слово “слон” означає “ділова компанія”, “підприємство”, а його танець – вміння оперативно пристосовуватися до можливих змін на ринку споживача. При чому слово “слон” в книзі використовують не епізодично, а регулярно впродовж всього тексту.

Заміна економічних термінів на побутове слово є досить поширеним явищем в українській популярній літературі. Таку лексичну одиницю вживають з лапками: “Якщо в рільників випадає “вікно” в польових роботах, вони можуть працювати в промислових кооперативах” [9, с.53], – або без лапок: “Стукає в двері весна. Роботи скрізь тільки дай і дай рук” [9, с.53]. слово “вікно” вжите замість терміна “простій”, а “руки” замість виразу “робоча сила”.

Однією із найпринциповіших рис популярного видання з економіки є, на нашу думку, вживання особливої лексики, яка, своєю чергою, є спрощеним варіантом наукової термінології: “натура” – готова продукція; вал – валова продукція тощо. Такому текстові теж властиве спрощене тлумачення багатьох складних понять для того, щоб вони стали зрозумілишими широкому загалові. Особливо просто автори видань намагаються подати тлумачення, якщо книга призначена для дітей. Таке тлумачення зазвичай складається із кількох простих речень, які пояснюють поданий на початку чи в кінці термін.

Спробуємо зіставити тлумачення окремих економічних термінів, взятих з науково-довідникового видання [2] та популярної книги для дітей [1].

*Таблиця 1.*

**Тлумачення економічних термінів в науковому та дитячому науково-популярному виданнях**

Економічний термін	Тлумачення економічного терміна в науково-довідниковому контексті	Тлумачення економічного терміна в науково-популярному контексті
інфляція	“Знецінення паперових грошей, що супроводжується зростанням цін на товари і послуги” [2, с.133]	“Якщо кількість грошей збільшується, то кількість товарів, які “обслуговуються” кожною монетою, зменшується. Відтак спадає купівельна спроможність грошей. Це називається інфляцією” [1, с.31]
демпінг	“Продаж товарів на ринках інших країн за цінами, нижчими від витрат виробництва (собівартості) цих товарів з метою отримання конкурентних переваг в експорті на той чи інший ринок” [2, с.78]	“Іноді якась потужна фірма протягом деякого часу навмисно продає товар зі збитком, аби витіснити конкурента з ринку. Це називається демпінгом” [1, с.18]

Як бачимо, поряд із спрощеним синтаксисом, тлумачення в контексті науково-популярної книги відрізняються меншим вживанням термінів, що полегшує його сприйняття реципієнтом.

Поряд із вже вказаними рисами української науково-популярної книги з проблем економіки належить виокремити й звернення авторів до ситуацій з вигаданими героями, літературними образами та історичними постатями (королів, політиків, ділових людей і навіть шахраїв). У книзі М.Беденка, зокрема, “Про бізнес і гроші для дітей хороших” описані епізоди з діяльності компаній “Форд”, “Макдональдс”, “Майкрософт” тощо, а поряд з вигаданими персонажами згадується Р.Діксон, Дж.Кеннеді, Ш. Де Голль, фінансовий авантюрист Дж.Ло.

Як вже зазначалося, за останні роки, на нашу думку, українська література такого типу більше наблизилася до західних зразків. Водночас, порівняно із, наприклад, англо-американською економічною популярною літературою, якій властивий опис свого успішного ведення справ сучасна, вітчизняна книга більше орієнтується на аналіз чужого

досвіду. Зокрема, в Україні майже відсутня новітня популярна економічна книга з конкретними порадами вітчизняних науковців і ділових людей. Друкують переважно переклади книг англо-американських авторів з порадами, не завжди адекватними вітчизняним умовам господарювання.

Значення популярної економічної літератури в нашій державі зараз особливо зросло.

Ця література зуміла звільнитися від агітаторства та вихваляння, її принциповою функцією є максимальна популяризація знань серед нефакхівців, залучення їх до практичної підприємницької діяльності, вивчення нового і використання вже набутого для досягнення конкретних господарських цілей. Стиль ще перебуває на етапі опрацювання. Безперечно, належить розрізняти строго науковий стиль економічної літератури та її науково-популярний виклад, обидва з яких заслуговують на увагу.

1. Беденко М.В. *Про бізнес і гроші для дітей хороших*. – К.: Факт, 2001. 2. Загородній А.Г., Вознюк Г.А., Смовженко Т.С. *Фінансовий словник*. – Львів: Центр Європи, 1997. 3. Зелінська Н.В. *Який він науковий стиль? // Культура слова (випуск 38)*. – К.: Наукова думка, 1990. 4. Злупко С.М. *Михайло Туган-Барановський*. – Львів: Каменярь, 1993. 5. Злупко С.М. *Українська економічна думка в персоналіях: Текст лекцій*. – Львівський державний університет, 1994. 6. Кириченко А.А., Лаптев С.М., Паращенко Л.И. *Как наполнить кошелек*. – К.: Молодь, 1990. 7. Князюк В. *Яблуко згоди // Земні зорі*. – К.: Рад. письменник, 1979. 8. Латішев М.С. *Середження*. – К.: Дніпро, 1971. 9. Чопенко В.Г. *Випробування орендою*. – К.: Урожай, 1991. 10. Balasko J.A. *Teaching the Elephant to Dance. The Manager's Guide*. – New York: A Plume Book, 1991. 11. Ware R., Rudnick J. *How to Open Your Own Restaurant. A Guide for Entrepreneur*. – London: Penguin Books, 1991.

Мирослав Кратко

Волинський державний університет ім. Лесі Українки, м.Луцьк

## ДЕЯКІ ЗАУВАГИ ДО ТЕРМІНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ МАТЕМАТИЧНОЇ ЛОГІКИ І ОСНОВ МАТЕМАТИКИ

© Мирослав Кратко, 2002

Для унормування та уніфікації термінології у галузі математичної логіки та основ математики доцільно переглянути термінологію, наявну в українських працях з цієї галузі.

**For normalization and unification of terminology in spheres of mathematical logic and base of mathematics it is necessary to review Ukrainian terminology present in the works of this sphere.**

Аналіз термінології, якою користуються автори праць у галузі математичної логіки, теорії алгоритмів і основ математики свідчить, що здебільшого ці терміни є дослівними, і тому не точними, перекладами термінів російських. Терміни, які органічно входять у мову російську, перекладені українською, не є такими ж придатними для мови української. Найпростіший приклад, логічні терміни “истина - ложь”. Якщо з “истиной” проблем немає, тому що по українськи термін “істина” виконує свою роль не гірше ніж у російській мові,