

## РОЛЬ ПРОФЕСІОЛЕКТІВ У ВИЗНАЧЕННІ МОВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

*Професіолекти є невід'ємною частиною професійного мовлення. Професіолекти сприяють вираженню соціальної ідентичності особистості шляхом застосування професійної лексики: професійної термінології та професійного жаргону. Спеціалізована професійна мова, що використовується фахівцями у формальному спілкуванні, і професійний жаргон, який застосовують представники соціальних груп для вираження професійної ідентичності або для полегшення комунікації та ідентифікації своїх конкурентів, як різновиди соціолектів, є засобами вираження професійної ідентичності.*

*Ключові слова: професіолекти, професійне мовлення, професійна ідентичність, професійний жаргон.*

Мова відіграє роль одного із чинників формування різних видів ідентичності. З. Фрейд увів поняття ідентичності до наукового дискурсу на початку ХХ століття. Розуміння цього поняття було поглиблено науковцями П. Бурдьє, С. Холлом, З. Бауманом; зокрема, основні підходи до пізнання мовної ідентичності розглядали Б. Андерсон, К. Гірц, Е. Сміт, Дж. Фішман. Поняття ідентичності з позицій психології розглядали Л. Шнейдер, Ч. Рідлі, Е. Кейс, Е. Еріксон, з позицій соціолінгвістики – Н. Вахтін, Е. Головка, Р. Ванн, К. Річардсон, Р. Мерсіє; з позицій культурології – С. Кеслінг, К. Бейкер, Е. Сміт, Н. Герман, Н. Мадей та інші науковці.

Американський соціолог П. Дж. Берк пропонує поділ на: 1) рольові ідентичності (що передбачають виконання певної ролі); 2) соціальні ідентичності (передбачають належність до певної соціальної групи); 3) особистісні ідентичності (дозволяють бути унікальною особистістю) [6, с. 2205].

Поділ культурних ідентичностей у науковій літературі здійснюється на основі належності до певних спільнот: етно-релігійних (американці, мусульмани); політичних (демократ, фемініст); професійних (юрист, садівник) [1, с. 23].

Існує безпосередній зв'язок між мовою й ідентифікацією. З одного боку, мова вживається внаслідок ідентифікації культурного смислу, з іншого – за допомогою мови відбувається самоідентифікація людини в культурі [2, с. 184].

Мова є однією з соціокультурних ознак, які допомагають особистості співвіднести себе з іншими в суспільстві. Вона є найпростішим способом вираження ідентичності через окремий різновид мови [13, с. 494-495]. Мова у цьому випадку виступає засобом формування та репрезентації різновидів ідентичностей.

**Метою** статті є висвітлення ролі, яку професіолекти як різновид мови відіграють у визначенні мовної ідентичності особистості.

Професійна діяльність особистості пов'язана з її професійною ідентифікацією, яка є об'єктивною та суб'єктивною єдністю з професійною групою, справою,

окремою людиною, що обумовлює успадкування професійних характеристик (норм, ролей, статусів) особистості [3, с. 158].

Дослідниця професійної ідентичності Л. Шнейдер виділяє чотири рівні в розвитку професійної ідентичності, де професійна ідентифікація людини виражена в мовельності: хочу → знаю → можу → роблю.

У процесі професійного спілкування застосовується професійне мовлення, в якому розкривається професійна ідентичність. Професійне мовлення розвивається пропорційно до інтенсивності зростання професійного досвіду  $=0 \rightarrow \neq 0 \rightarrow \text{const} \rightarrow \infty$  [3, с. 154-155].

Рівень сформованості професійної ідентичності розкривається в професійному мовленні особистості.

Професійне мовлення відіграє значну роль в житті особистості, хоч його місце в загальній системі мов й взаємодія із стандартною мовою до кінця не визначені, а саме: чи варто розглядати його як функціональний різновид певної мови, як вид соціолекта чи як частину стандартної мови. Лінгвісти застосовують такі терміни, як “професійна мова”, “підмова”, “професійний діалект”, “професійне мовлення”, “професійний стиль”, “спеціалізована мова” тощо. Загальноприйнятою є думка, що професійна мова – соціальний діалект.

За трактуванням професійного мовлення як соціального діалекту, варто розглянути основні категорії соціальних діалектів. Наприклад, С. Грабіас пропонує враховувати такі соціолектні категорії, як:

1) професіоналізм – використання лінгвістичних засобів у професійній діяльності певної групи;

2) секретність – здатність кодувати інформацію, щоб зробити її доступною лише для вибраних особистостей;

3) експресивність – засоби передачі ставлення до екстралінгвістичної реальності [9, с. 127].

Для будь-якого соціолекту характерні принаймні дві з цих категорій – професіоналізм та експресивність.

Вважається, що кожний соціолект включає суто професійну термінологію і словниковий склад, який стосується людського існування й світу загалом. Належність соціолекту до професійного чи експресивного залежить від пропорцій між професійним словниковим складом і тим, який не пов'язаний із професійною діяльністю. У випадку професійних соціолектів значна частка професіолектного словникового складу вживається для позначення не лексикалізованих понять і заповнення наявних лексичних прогалів. Члени професійних груп користуються професіолектним словниковим складом, незрозумілим тим, хто до цих груп не належить.

Секретність – ще одна категорія, притаманна соціолектам – відрізняє їх від стандартного і розмовного варіантів мови. Кожний соціолект містить лексику, що є незрозумілою для тих, хто не належить до соціальної групи, яка її створила і користується нею.

Отже, згідно зі згаданими особливостями (професійністю, секретністю й експресивністю), соціальні діалекти поділяються на професійні соціолекти, що стосуються професійної діяльності, та експресивні соціолекти, в яких головною є експресивна функція.

Професійні діалекти поділяються на а) професійні соціолекти (некодовані), в яких мовні одиниці призначені для передачі думок у професійній сфері (соціолект лікарів, військових і т.д.); б) жаргони (цілеспрямовано заковдані), які використовуються в групах, загалом виключених із суспільства, таких як злочинці чи ув'язнені. (М. Халлідей називає такі різновиди “антимовами, призначення яких – відображувати цінності антисуспільств” [11, с. 164]).

На відміну від стандартної мови, професійному жаргону притаманний специфічний словниковий склад та фразеологічні одиниці, а також вищий рівень експресивності. Ним послуговуються переважно в неформальному спілкуванні фахівці для обговорення професійних тем. Спеціалізована професійна мова використовується фахівцями у формальному спілкуванні як в усній, так і в письмовій формі. Специфічні риси професійного жаргону виявляються на фонетичному, граматичному та лексичному рівнях.

Професійний жаргон – це спеціалізована лексика, представлена в характерних для певної галузі мікросистемах із професійно обмеженим словниковим складом, яка застосовується різними соціо-професійними групами для професійної комунікації. Л. Андерссон і П. Траджил зазначають, що для сторонньої людини жаргон – це “технічна мова, що застосовується в межах певної групи” [5, с. 17].

Прикладом використання професійного жаргону є бізнес-дискурс, що реалізується в організаційній, корпоративній та управлінській комунікації. Ю. Данюшина визначає такі спеціальні галузі ділового мовлення, як:

- професійне мовлення секторів бізнесу (а саме – банківської справи, торгівлі, бухгалтерії, виробництва, адміністрації тощо);
- мова PR, реклами й маркетингу, спеціальні мовні прийоми, які використовуються для продажу та маркетингу;
- документація – така як ділова кореспонденція або укладання контрактів;
- навчальна та наукова мова бізнесу, економіки та менеджменту, що представлена в підручниках чи в наукових матеріалах, публікаціях, лекціях, тренінгах, консультаціях та семінарах на теми бізнесу;
- лексикографія ділового мовлення;
- мова медіабізнесу;
- міжкультурна ділова комунікація (включаючи навчання ділової іноземної мови; мови для роботи в транснаціональних корпораціях та оцінювання рівня володіння мовою [7, с. 178-179]).

Кожна з цих галузей обумовлює застосування специфічного професійного жаргону, притаманного саме їй, який впливає на визначення професійної ідентичності особистості.

У минулому столітті багато уваги приділялося визначенню жаргону як лінгвістичного явища, оскільки стали очевидними його функції в суспільстві. Згідно з визначенням К. Хадсона, жаргон – це “мовне явище, яке позначає намір і зміст, а також характеризує та допомагає нам більш чітко визначити супротивників у суспільстві” [12, с. 3]. Чотири основні елементи, притаманні жаргону, на його думку: 1) жаргон відображає певну професію чи заняття; 2) показний характер жаргону за незначного смислового навантаження; 3) жаргон використовують переважно особи..., які

відчувають необхідність перекопати широкий загал у своїй значущості; 4) жаргон спеціально чи неумисно дезорієнтує.

Науковець Т. Адорно запропонував термін формального жаргону. Він пов'язує формальний жаргон із професійними групами, які займаються інтелектуальною роботою, є залежними та економічно слабкими. Для цих людей, як він вважає, “жаргон – це професійна хвороба” [4, с. 5].

Професійний жаргон став частиною бізнес-дискурсу. Його використовують певні соціальні групи, щоб наголосити на своїй належності до цих груп, таким чином визначаючи свою професійну ідентичність або для полегшення комунікації та ідентифікації своїх супротивників чи конкурентів.

Ділова англійська розглядається окремими науковцями як професійний жаргон, який поділяється на низку підгруп, таких як корпоративний жаргон (який використовують у великих корпораціях, адміністративних системах управління та подібних місцях роботи; він передбачає використання довгих, складних чи незрозумілих слів, абревіатур, евфемізмів та акронімів) та в мові маркетингу (яка використовується в маркетингових прес-релізах, рекламних текстах та підготовлених заявах, які виголошують виконавці та політики; характерними ознаками їх є використання жаргонних професійних термінів, неологізмів, а також термінів, що перейшли до мови маркетингу з спеціалізованих технічних галузей [10, с. 7].

Деякі професійні жаргонні слова, які використовуються як професіоналізми в різноманітних сферах, можуть змінювати форму й значення та виконувати функції компонентів новоутворень. Прикладами таких неологізмів можуть слугувати “philantropreneur” та “cyberslacking”. “Philantropreneur” – це молодий мільярдер, котрий скористався перевагами капіталу й вважає, що його можна використати для доброчинності. “Cyberslacking” – використання під'єднання компанії до мережі Інтернет протягом робочого часу для видів діяльності, не пов'язаних із роботою, таких як шопінг чи відправлення електронних повідомлень особистого характеру [8].

Частим явищем є використання метафор у професійному жаргоні. Метафора стала важливим засобом утворення професійного жаргону. За їх допомогою пояснюють спеціалізовані терміни, фігурально додаючи мовленню експресивного значення. Приклади застосування метафор у професійному жаргоні: *To sift every pool of subprime mortgage loans took him six months...* [14, с. 17]. *Subprime mortgages almost always bore floating interest rates...* [14, с. 45].

Професійне мовлення особистості відображає ступінь формування професійної ідентичності. Оволодіння професійними навичками та мовленням нерозривно пов'язані у процесі формування професійної ідентичності особистості. Формування ідентичності неможливе без застосування мови. Це, в першу чергу, стосується соціальної ідентичності людини, яка відображає її іналежність до соціальної групи через специфічну притаманну цій групі мову ідентичності. Мова є інструментом конструювання більшості видів ідентичностей через використання особливих мовних актів, властивих відповідним видам ідентичності. Професіолекти, як і професійний жаргон, є засобом вираження соціальної ідентичності, а саме – професійної.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Мадей Н.М.* Проблема культурної ідентичності : курс лекцій / Н. М. Мадей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.lnu.edu.ua/faculty/Phil/Kaf/kult/Publications/kult\\_identyty\\_madey.pdf](http://www.lnu.edu.ua/faculty/Phil/Kaf/kult/Publications/kult_identyty_madey.pdf).
2. *Потанчук Т. В.* Культурна ідентичність особистості : постановка проблеми / Т. В. Потанчук / Проблеми сучасної педагогічної освіти : зб. наук. пр. Сер. : Педагогіка і психологія. – Ялта : РВНЗ “Кримський гуманітарний університет” РВВ КГУ, 2010. – Вип. 27, Ч. 1. – С. 180–187.
3. *Шнейдер Л. Б.* Профессиональная идентичность / Л. Б. Шнейдер. – М. : МОСУ, 2001. – 272 с.
4. *Adorno, T.* The Jargon of Authenticity / T. Adorno. – London: Routledge, 2009. – 188 p.
5. *Andersson L. And Trudgill P.* Bad Language / L. Andersson, P. Trudgill. – London: Penguin, 1990. – 208 p.
6. *Burke J. P.* Identity Control Theory / P. J. Burke // The Blackwell Encyclopedia of Sociology / [ed. by G. Ritzer]. – Blackwell Publishing Ltd., 2007. – P. 2202–2207.
7. *Danyushina Y.* Business Linguistics – A New Interdisciplinary Synergy / Y. Danyushina // International Journal of Arts & Sciences. – International Journal.org, 2011. – 4.18. – P. 177-186.
8. *Erdmann, E.* Neologisms in Business – an Indication of our Incessantly Developing Economy (Part 1) / E. Erdmann// Transliteration Polish Translations. – 2011. – Wednesday, 19 January. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [www.transliteration.co.uk](http://www.transliteration.co.uk).
9. *Grabias S.* Jezyk w zachowaniach społecznych / S. Grabias. – Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Sklodowskiej, 1994. – 382 p.
10. *Grygiel M.* Business English from a linguistic perspective / M. Grygiel // English for specific purposes. – World, 2015. – Special Issue №1, Vol. 16. – P. 1-12.
11. *Halliday M.A.K.* Language as Social Semiotic: the social interaction of language and meaning / M. A. K. Halliday. – London: Edward Arnold, 1978. – 256 p.
12. *Hudson K.* The Jargon of the Professions / K. Hudson. – London: Macmillan, 1979. – 146 p.
13. *Kiesling S.* Identity in Sociocultural Anthropology and Language / S. Kiesling // Encyclopedia of Language and Linguistics; [ed. by K. Brown]. – Second Edition. – Pittsburgh, University of Pittsburgh, Elsevier Ltd., 2006. – Vol. 13. – P. 494–502.
14. *Lewis M.* The Big Short: Inside the Doomsday Machine / M. Lewis. – New York : W. W. Norton&Company, 2010. – 325 p.

**Мицинская И. В., к. пед. н., доц.,  
Национальная академия Государственной пограничной службы Украины,  
г. Хмельницкий**

## РОЛЬ ПРОФЕССИОЛЕКТОВ В ОПРЕДЕЛЕНИИ РЕЧЕВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

*Профессиолекты являются неотъемлемой составляющей профессиональной речи. Профессиолекты способствуют выражению социальной идентичности путем употребления профессиональной лексики: профессиональной терминологии и профессионального жаргона. Специализированный профессиональный язык, используемый специалистами в формальном общении, и профессиональный жаргон, который представители социальных групп используют для выражения профессиональной идентичности, упрощения коммуникации или для идентификации своих конкурентов, являются средствами выражения профессиональной идентичности.*

**Ключові слова:** профессиолекты, профессиональная речь, профессиональная идентичность, профессиональный жаргон.

## PROFESSIOLECTS AND THEIR ROLE IN LANGUAGE IDENTITY DEFINING

*Professiolects have been an inseparable part of professional speech. Professiolects contribute to one's social identity expression by means of professional vocabulary use, namely professional terminology and professional jargon. Specialized professional language used by professionals in formal communication and professional jargon used by representatives of social groups for their professional identity expression or for easy communication and identifying their competitors have been means of one's professional identity expression.*

**Keywords:** *professiolects, professional speech, professional identity, professional jargon.*

УДК: 801.81:821.134.3

**Орличенко О. В.**, доц.  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

## НАРОДНА ТВОРЧІСТЬ ЯК ЗАСІБ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ПОРТУГАЛЬСЬКИХ КАЗОК)

*Казки португальського народу, в яких сконцентовано багатство його етнокультурного досвіду, розглядаються як віддзеркалення відповідної мовної картини світу.*

**Ключові слова:** *казка, лінгвокультурологічний, ініціальні формули, хронологічні формули, фінальні формули, національно-культурний колорит.*

Казка – це відбиття духовного життя суспільства, стереотипів національного характеру й типових для конкретної етнічної групи символів, тому проблеми взаємин мови й культури, мови й фольклору завжди були, є й будуть **актуальні**. Це пов'язано з тим, що зафіксовані у фольклорі (зокрема, у казках) найдавніші уявлення про світ виявляють формування менталітету будь-якого сучасного суспільства [1], тому що “поняття ідентичності... визначають як усвідомлення самого себе, своїх відмінностей щодо іншого” [2, с. 135].

У цьому зв'язку цікаво проаналізувати, які специфічні риси мають народні португальські казки, мовні засоби яких ще недостатньо вивчені в межах лінгвокультурології і які дотепер **ще не були предметом** спеціального дослідження у вітчизняній португалістиці.

**Казки**, які будуть проаналізовані в цій статті, зібрані й підготовлені до друку відомим португальським лінгвістом і педагогом Франсішку Адольфо де Коелью (1847-1919), автором таких робіт, як “A Língua Portuguesa” (1868), “Teoria de Conjugação em Latim e Português”, “Os Ciganos de Portugal” (1892) і двотомної праці “Obra Et-nográfica”. Звернення до жанру казки з боку такого відомого вченого свідчить про те значення, яке він надавав народній творчості своєї країни. Coimbra, Ourilbe, Oliveira