

4. Денисенко Л. 24 : 33 : 42 / Лариса Денисенко. – 239 с.
5. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: [опыт исследования] / Юрий Степанов. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1997. – 720 с.
6. Фрай С. Лжец / Стивен Фрай. – М.: Phantompres, 2007. – 448 с.

Кобринец О.С.

УДК 811.133.1'373.613=111

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ)

***Аннотация.** Статья посвящена анализу английских заимствований во французском языке. В ней рассматриваются основные причины проникновения англицизмов, сферы наибольшего их употребления и степень частоты использования в современном французском языке. Сравниваются данные из словарей по количеству английских заимствований с XVIII века и до сих пор. Выделены и охарактеризованы основные типы англицизмов, а также проанализированы основные репрезентативные особенности английских заимствований на материале модных женских журналов.*

***Ключевые слова:** французский язык, заимствования, виды англицизмов, англицизмы в женских журналах.*

***Анотация.** Статтю присвячено аналізу англійських запозичень у французькій мові. У ній розглядаються основні причини проникнення англійців, сфери найбільшого їх вживання і ступінь частоти використання у сучасній французькій мові. Порівнюються дані зі словників за кількістю англійських запозичень з XVIII століття і до сьогодні. Виокремлені й охарактеризовані основні типи англійців, а також проаналізовані основні репрезентативні особливості англійських запозичень на матеріалі модних жіночих журналів.*

***Ключові слова:** французька мова, запозичення, види англійців, англійцизми у жіночих журналах.*

***Summary.** This article is aimed at the English borrowings in the French language on the material of women's magazines. In this research the main causes of penetration of anglicisms, the scope of most of their usage and the frequency of their using in modern French are analyzed. The information from the dictionaries of the English borrowings from the XVIII century up to now is compared. Our analysis shows that the stream of English borrowings has been increased considerably at the beginning of the XXI century according to the process of globalization, the development of new technologies, the Internet. First of all, this phenomenon is revealed in the areas of business, science, the media, particularly in women's magazines.*

Our research allowed to divide the anglicisms of the French language into 3 large groups: almost inevitable (naming the new realities and objects); borrowings represented by French synonym (French lexical doublets) and borrowings as a fashion sign.

From a linguistic point of view, borrowings are divided into 6 categories: semantic, lexical, syntactic, morphological, phonetic and graphic.

Among the semantic groups "Fashion and Shopping", "Style", "Colors", "Clothing and Footwear", "Beauty Industry", "Music", "Movie, Show Business", "Art", "Food and Cuisine" "News and Society," "Professions", "Communication" the largest number of borrowings have been identified in the spheres "Fashion and Shopping", "Style", "News and Society". This fact is explained by the type of women's magazines by focusing on a particular audience.

The main features of anglicisms in women's magazines are their abundance in the headlines of articles, titles and subheadings; the conjugation of the English verbs according to French pattern of the first group or its usage without any modification; the usage of verbs and nouns as adjectives; the usage of the English nouns without any changes but with the addition of the article.

***Keywords:** the French language, borrowings, the types of anglicisms, English borrowings in French women's magazines.*

В начале XXI века во Франции с большой обеспокоенностью заговорили о наплыве английских заимствований во французский язык. Лингвисты, писатели, учителя, политики, общественные деятели, ученые и журналисты опасаются, что это может привести к обесцениванию и обеднению их родного языка. На сегодняшний день бесспорным является тот факт, что расширение сфер международных контактов привело к тому, что английский язык стал языком международного общения. Этот феномен англиканизации связывают прежде всего с процессом глобализации, постоянным взаимодействием и взаимопроникновением культур. Наиболее благоприятными для внедрения англицизмов являются области информатики, высоких технологий, СМИ и молодежный сленг. Среди средств массовой информации в первую очередь следует отметить большое количество англицизмов на телевидении, радио, в рекламе и в женских глянцевого журналах. Именно язык СМИ представляет особый интерес для изучения, поскольку именно в них наиболее быстро и репрезентативно отражаются любые изменения в языке.

Проникновение англицизмов в их родной язык уже несколько десятилетий привлекает внимание французских ученых, таких как Макс Рат, Ренэ Этьембл, Мишель Шансу, Жан Турнье, Жак Селлар, Ален Рэй, Паскаль Серт и некоторых других [2; 3; 4; 5; 7; 12]. Однако это явление вызывает непрекращающийся интерес и дает плодотворную почву для постоянных исследований, так как язык – это живой, все время меняющийся организм.

Цель статьи – проследить степень проникновения англицизмов в современный французский язык; выделить и охарактеризовать основные типы англицизмов во французском языке, а также проанализировать основные особенности английских заимствований на материале женских журналов.

Почему же французы не хотят использовать английский язык? Во-первых, это вопрос их самосознания и идентичности. Это нация очень сильно привязана к традициям и корням своей самобытности и своего языка. Для 92% французов их родной язык является неотъемлемой частью их национального единства. Французский язык является связующим звеном между их родной культурой и самосознанием. Вот почему большинство из них (89%) выступили категорически против введения единого языка для всей Европы – английского. Кроме обостренного чувства самоидентификации, самобытности здесь присутствует и проблема мотивации. 66% учеников старших классов не видят необходимости учить английский язык и считают его бесполезным. 70% студентов считают его изучение трудным. И только менеджеры среднего и высшего звена, служащие и руководители (70%) понимают необходимость изучения английского языка в современном мире и владеют им на хорошем уровне [10: 2].

Как известно, Французская Академия прилагает максимум усилий для ограничения проникновения любых иностранных заимствований во французский язык. Согласно последней информации, несмотря на массовые волнения в прессе по поводу наплыва англицизмов, один из академиков Патрик Варнье предоставил данные, которые демонстрируют тот факт, что проникновение англицизмов в их родной язык осуществлялось постоянно на протяжении многих веков и что сегодня такой термин, как «инвазия, или захват» является слишком преувеличенным. Так, были опубликованы следующие данные по появлению и закреплению англицизмов во французском языке:

- до 1700: *ajourner, boulingrin, contredanse, gentleman, gentry, groom, lord, lord-maire, paquebot, yard, yeoman*;
- между 1700 и 1800: *anesthésie, balbuzard, bas-bleu, gin, méthodisme, pickpocket, stick*;
- между 1800 и 1850: *autobiographie, bifteck, cold-cream, job, mess, pickles, silicium, sinécure, speech, steamer*;
- между 1850 и 1900: *base-ball, building, dribbleur, goal, lift, lunch, spinnaker, visualiser*;
- между 1900 и 1920: *autocar, chewing-gum, crawl, vamp, vitamine*;
- между 1920 и 1940: *break, bulldozer, chips, covalence, dévaluer, holding, ionosphère, mescaline, méson, oscar, show, technicolor*;
- между 1940 и 1960: *baffle, diariste, jet, marketing, offshore, pergélisol, permafrost, pop, sexy, station service*;
- после 1960: *audit, codon, cutter, jogging, kart, patch, patchwork, permissif, pesticide* [14].

В «Словарь англицизмов» 1990 года издания насчитывается менее 3000 англицизмов, почти половина из которых уже на тот момент была устаревшими или редко использовавшимися. Таким образом, использования англицизмов на тот момент составляло примерно 2,5% от общего объема слов, составляющего 60 000 лексических единиц. Такой же словарь в 1998 году приводит 4-5% англицизмов во французском языке. С точки зрения частоты их использования, мы констатируем тот факт, что большинство из них относятся к специализированным или техническим областям и весьма редко встречаются в разговорном языке.

В современном издании словаря Французской академии («Dictionnaire de l'Académie française»), из 38 897 слов в списке, 686 имеют английское происхождение (что составляет 1,76%), из которых только 51 слово из американского варианта английского языка. Для сравнения, 753 слова итальянского происхождения (1,93%), 253 слов испанского (0,65%) и 224 арабского (0,58%). Для полноты обзора: 48 слов имеют русское происхождение, 87 голландское, 41 персидское, 26 японское и 31 тупи-гуарани (язык индейцев в Парагвае). Из всех слов иностранного происхождения, приведенных в данном словаре, английским заимствованиям отводится только лишь 25,18%, а первенство держит итальянский язык с 27,42% ассимилированных заимствований. По мнению ученых, большую опасность для французского языка представляют не столько сами лексические заимствования, но скорее изменения в фонологической системе, морфологии и синтаксисе по образцу и подобию английского языка. Сегодня мы все чаще говорим об употреблении синтаксических калек (злоупотреблении пассивными конструкциями, изменении положения дополнения относительно существительного или причастия, явлении номинализации и пр.) [14].

В самом широком смысле можно разделить все англицизмы на 3 большие группы:

1. Практически неизбежные заимствования, т. е. называющие новые реалии, предметы. Это, как правило, термины, имеющие национальный характер, поэтому их употребление в большинстве случаев оправдано и необходимо. В основном эти слова относятся к сфере бизнеса, высоких технологий и спорта (*internet, e-mail, site, football, longskate, snowboard, surf, fish, gun, shortboard, longboard, ski freestyle, big air, skicross, X Games, le boardercross, la streetluge*).

2. Заимствования, имеющие синонимы, т. е. французские лексические дублеты. Как правило, в процессе эволюции языка один из вариантов исчезает: заимствование либо приживается, либо отходит на второй план, вытесненное синонимом на родном языке. Многие англицизмы трансформировались в заимствования, некоторые, являясь скоротечной модой, задерживаются на непродолжительное время и постепенно исчезают. Так, слово *tramway* прочно вошло в обиход (сейчас активно используется его сокращенный вариант *tram*), тогда как *software* и *computer* вышли из моды благодаря появившимся французским синонимам *logiciel* и *ordinateur*.

Пуристы с большой настороженностью относятся к словам, оканчивающимся на *-ing*, поскольку считают их чужеродными с точки зрения морфологической структуры и французского произношения. Еще в 50-ые годы Комитет по изучению французских технических терминов в качестве синонимов к словам

parking и *camping* предложил использовать лексемы *parc* и *campement, campisme*. Однако эти французские эквиваленты не прижились.

Другой пример с английскими словами и синтагмами *prime time* и *scoop*. Они широко используются наравне с французскими синонимами *heures de grande écoute* и *exclu[sivité]*. Только время покажет, кто выиграет в этой борьбе.

3. Заимствования как дань моде. Этот тип англицизмов используется в качестве демонстрации признака образованности, стиля, престижа, осведомленности и следования модным тенденциями в деловых кругах (профессиональный жаргон) и среди молодежи (сленг): «*Ce reporting est incomplet. En plus, Christophe n'a pas respecté le process métier!*» (бизнес сленг); «*J'ai uploadé une photo de profil sur mon Facebook*» (спряжение английского по французской модели); «*J'peux pas te parler, je suis dans le rush. Je suis hyper speed, là!*» (молодежный сленг).

В словаре Кольпрона «*Le dictionnaire des anglicismes*» заимствования подразделяются на 6 категорий [6]:

1. Семантические англицизмы заключаются в присвоении французскому слову английского значения (ложные друзья): *définitivement* по аналогии с английским *definitely* в значении *certainement; je suis désolé* вместо *excusez-moi; votre honneur* вместо *monsieur (ou madame) le juge*.

2. Лексические англицизмы подразумевают заимствование английских слов или выражений в их прямом значении без каких-либо орфографических изменений: *best of, looks, must, sexy, red lips, girly, deep purple, rock'n'roll, hard rock, show, punk-rap, swing, blog, homepage, e-mail, album, come-back*.

3. Синтаксические англицизмы являются кальками английских синтаксических конструкций: *être en charge de (in charge of)* вместо правильного *être chargé de* или *être responsable de*.

4. Морфологические англицизмы подразумевают ошибки в образовании французских слов (число, префиксы, суффиксы и т. п.): *les actifs d'une société (the assets)* вместо единственного числа – *l'actif*.

5. Фонетические англицизмы предполагают произношение английских слов на английский лад: *zoo* произносится [zu] вместо [zo] или [zoo].

6. Графически англицизмы отражают правила английской пунктуации: например, использование кавычек «запятых» (« ” ») вместо присущих французскому «елочек» (« ») или же написание в заголовках всех слов с большой буквы (*Mode sur la Ville, Les Filles du Street Art, Numéro de Charme*).

Методом сплошной выборки из французских женских журналов («*Marie-Claire*», «*Grazia*», «*Ve*») было выявлено более 500 англицизмов (как отдельных лексем, так и цитируемых в конкретном контексте), представленных как абсолютно новыми лексемами, так и уже прочно вошедшими в сознание и речь французов. Анализ фактического материала позволил разделить полученный список англицизмов на несколько семантических групп: «*Мода, шопинг*», «*Стиль*», «*Цвета*», «*Одежда и обувь*», «*Индустрия красоты*», «*Музыка*», «*Кино, шоу-бизнес*», «*Искусство*», «*Питание и кухня*», «*Новости, общество*», «*Профессии*», «*Коммуникация*». Наличие именно этих групп объясняется спецификой направленности женских модных печатных изданий.

Наибольший удельный вес занимают англицизмы в рубрике «*Мода, шопинг*»: *Et Dali créa un it bag.; Vite un look!; dans le dressing de maîtres du mode; un best of des meilleurs looks; les 50 must de l'hiver; shopping police néo déo; les héroïnes sixties; le roi du it bag; je porte les vêtements de mon boyfriend; lookée chic et choc; la liste des big boss les plus mal fagotés; le geek, c'est chic; la casquette de teenager; adopter un sot look; l'easy chic autant que le fashion choc; un top girly; un manteau flashy; une bonne façon d'être trendy; le look de la semaine; un flacon au design arty; la dentelle portée rock; furieusement wild; la veste de smoking; le street artist anglais; sur le catwalk du dernier show Louis Vuitton; le cool kid de la mode; sex-appeal; pimenté d'accessoires rock; l'égérie folk; l'ambiance seventies chic; une jeune fille au look d'enfer; une cuillère rock'n'fashion; un look simple et relax; on parle lipstick et lovestories; easy chic; la pin-up; la mode est army kaki; lookée; la plus fashion; un label so frenchy; la super girl; l'homme le plus hype de la rentrée; le chemisier girly; A shopper vite!; un gros pull se portera un peu loose; c'est le it péché beauté; On approuve totalement le marine de la veste qui update le sempiternel noir.; La top platine range impeccablement sa chemise fittée dans son flare et se contente d'une manchette gold pour égayer l'ensemble.; Yasmin cultive son amour du rock en twistant sa veste à coups de boots et de slim carbone. Elle ceinture sa veste de smoking sur son short.*

Понятийная область «*Стиль*» представлена также разнообразным набором выражений, содержащих английские слова, либо полностью написанных на английском: *style italia graffiti, cicus fantasy, ça swingue chic!, boyish stylish, forty follies, funky 80's, polka dot story, folk fashion, baba chic, en mode glam, 70's show, teenage hôtesse, wonder woman, baby doll, buffalo girl, hall spirit, new teddy, tuxedo glittern grunge couture, Friday night fever, le grunge, patchworks, le teddy oversize, un style edgy et underground, le style british bohème*.

Понятийная область «*Цвета*»: *the white block; une touche gold; smoky eyes; les crazy colors; des red lips; la jupe deep purple; le color block; le sweat orange; un total look black*.

Понятийная область «*Одежда и обувь*»: *des sneakers, un T-shirt, un short, des boots, un duffle-coat, le dressing, un pull (un pull-over), legging et low boots pointues*.

Понятийная область «*Индустрия красоты*»: *french manucure; la coupe punky de la it girl; le regard black félin; le make-up; le smoky; le regard néo-sixties; le twin-set camel soft; le mythe des red lips; l'après-shampooing; le bronzage made in Ibiza; le coffret spécial beautystars; un lipstick; lifting; peeling*.

Понятийная область «*Музыка*»: *hit, singl, jazz, remake, track, sound-track, poster, fan, rock-n-roll (rock'n'roll), hard rock, show, folk, fan, groupie, rock glam, banjo, bebop, le punk-rap, swing, slow, singer, world music, dance team, les rappeurs hype, ex-star, l'artiste et night clubber, la chanteuse sexy, son single Gucci, Gucci;*

la dance mix'n'match; la nouvelle égérie est la plus rock'n'roll des tops qui montent; attirer les spotlights; des playlists sur leur site; le label star du groupe.

Понятийная область «Кино, шоу-бизнес»: *western, horror, flash-back, les guests défilent, le milieu du show-biz, sur red carpet, un film résolument pop, le tycoon d'Hollywood; Sofia Coppola, la plus trendy des réalisatrices...*

Понятийная область «Искусство»: *graffitis et le monogramme pop; une ambiance sympa et girly; une œuvre de pop art; le site du collectif arty.*

Понятийная область «Питание и кухня» в данных журналах представлена сравнительно небольшим количеством слов: *burger aux Saint-Jaques, fast-food, snack-bar, hot-dog, toast, tost, sandwich, hamburger; les shots de tequila.*

Понятийная область «Новости, общество» характеризуется разнообразием и разноплановостью англицизмов: *news beauté; un gangster; son moment le plus high; les 10 news de la semaine; ancien addict à la drogue et à l'alcool; les interviews; interviewer; le happy tweet: 20830 followers; vu par ses followers; le tweet addict; ça tweete au PS; meetings enflammés; le match des héros; des équipements militaires high-tech; boîte de nuit jet-set; job; star de la rentrée littéraire; Shocking! Qui est l'exhibo du parlement anglais?; Le match des blondes; On copie les people.; Je suis relax!; mes collègues sont scotchés; option old school; va reprendre son shoot cathodique; Nous répondrons à vos questions fashion.; en pleine open space; quasi quaker; une carte casual; Pour être la Bee de la semaine, uploadez vos looks sur be.com/street-style.; un sex friend; la gang américain; Grazia gossip; ça donne le riff pour la saison.*

Понятийная область «Профессии» представлена в исследуемом материале в наименьшей степени: *le manager, le designer, le speaker, le cameraman.*

Понятийная область «Коммуникация» подверглась наиболее кардинальным и заметным изменениям за последние десятилетия: *facebook fan, poster un album sur Facebook, twitter, customizer ses clichés perso, façon scapbooking, ils un site, microblogging, un blog, homepage, e-mail, CDROM, DVD, CD.* Основные английские заимствования из этой сферы проникли во французский и другие языки в связи с отсутствием точных эквивалентов.

Как показал проведенный анализ материала, англицизмы встречаются в большей степени в понятийных областях, относящихся к моде, шопингу, стилю, индустрии красоты, одежде. Основной характерной чертой, на наш взгляд, является чрезмерное обилие англицизмов в заголовках статей, названиях рубрик и подзаголовков. Вероятно, это вызвано желанием редакторов и авторов статей привлечь максимальное внимание читателей неординарностью подачи заголовка: *Les plus beaux looks des podiums de l'automne-hiver 2012-2013 shootés dans New York; L'heure du shopping est arrivée; Les cracks du krach; Shop'in List by Grazia; Zoom Fashion; Fashion Police; Almost perfect; Le come-back; Habitat: un duplex, downtown New York. Where else?; Les Filles du Street Art; Les Bees font le buzz; Le buzz risque d'occuper la planète mode un moment; Le best of de notre chroniqueur; Les 10 tweets de la semaine; A Hollywood comme sur red carpet, Emma gagne du terrain; Une nouvelle star est née; Le long peut être furieusement sexy; Welcome chez les Ronson; Wanted; Shopping police; Night vs day; Numérolove; Single Lady; Big Apple by night; Peut-on être ami(e) avec son (sa) boss?*

Среди других наиболее репрезентативных особенностей современных английских заимствований во французском языке следует в первую очередь отметить спряжение английских глаголов по французской модели спряжения глаголов 1-ой группы (*On voudra toutes se lover dans ce gilet doudou aux couleurs de l'automne, ravissant avec un jean et des boots.; Elle adore tweeter.; A shopper vite!; Uploadez nos looks sur notre site.*) или их употребление без каких-либо изменений, даже без добавления финального -s для глаголов в 1-м лице единственного числа согласно правилам спряжения в английском языке (*Elle rock.; On like les deux.*); употребление глаголов или существительных в роли прилагательных (*Je suis relax!; la plus fashion*); употребление английских существительных взятых без изменений, но с добавлением артикля (*un jean, des boots, le designer, le speaker, le boss*).

Итак, проведенный анализ англицизмов во французском языке на материале женских журналов позволяет говорить о том, что приток английских заимствований значительно усилился в начале XXI века с процессом глобализации, развитием новых технологий, Интернета. В первую очередь, на этот процесс чутко отреагировала сфера бизнеса, информатики, средства массовой информации, а именно глянцевого женские журналы.

Проведенное исследование позволило подразделить английские заимствования во французском языке на 3 большие группы: практически неизбежные (называющие новые реалии, предметы); заимствования, имеющие синонимы, т. е. французские лексические дублиеты и модные заимствования.

С лингвистической точки зрения, заимствования делятся на 6 категорий: семантические, лексические, синтаксические, морфологические, фонетические и графические.

Как показал анализ англицизмов в женских глянцевых журналах («Marie-Claire», «Grazia», «Ve»), более 500 англицизмов были распределены на несколько семантических групп: «Мода, шопинг», «Стиль», «Цвета», «Одежда и обувь», «Индустрия красоты», «Музыка», «Кино, шоу-бизнес», «Искусство», «Питание и кухня», «Новости, общество», «Профессии», «Коммуникация». Наибольшее количество заимствований были выявлены в рубриках «Мода, шопинг», «Стиль», «Новости, общество», что объясняется направленностью изданий и ориентацией на определенную аудиторию.

Среди основных особенностей англицизмов в женских глянцевых журналах следует отметить следующие: их обилие в заголовках статей, названиях рубрик и подзаголовков; спряжение английских глаголов по французской модели глаголов 1-ой группы или их употребление без каких-либо изменений; использование глаголов и существительных в роли прилагательных; употребление английских

существительных, взятых без изменений, но с добавлением артикля. Наличие такого большого количества неизменяемых и офранцузенных англицизмов на сегодняшний день позволяет говорить о сильном влиянии английского языка на французский.

Поскольку язык находится в постоянном движении и изменяется, изучение англицизмов во французском языке представляет широкие возможности для его дальнейшего детального изучения. В частности, одним из перспективных направлений исследования можно обозначить прослеживание эволюции употребления английских заимствований на материале женских журналов.

Источники и литература:

1. Brunet S. Les mots de la fin du siècle. – Paris, 1996. – p. 45–51.
2. Cellard J., Rey A. Dictionnaire du français non-conventionnel. – Paris, 1980. – p. 287–290.
3. Certa P. Le Français d'aujourd'hui – une langue qui bouge. – Paris, 2001. – p. 32–46.
4. Chansou M. L'aménagement lexical en France pendant la période contemporaine (1950–1994). Etude de sociolexicologie. – Paris: Champion, 2003. – 224 p.
5. Chansou M. Politique de la langue et idéologie en français contemporain. / M. Chansou // Mots. – № 6. – 1983. – p. 59–77.
6. Colpron G. Le dictionnaire des anglicismes. – Québec: Beauchemin, 1998. – 200 p.
7. Etiemble R. Parlez-vous français? – Paris, 1991. – p. 8–15.
8. Gilder A. Et si l'on parlait Français? – Paris, 1996. – p. 167–172.
9. Goosse A. La néologie française d'aujourd'hui. – Paris, 1975. – p. 54–60.
10. Pardo D., Henri L. Le comportement des Français dans leur vie courante au regard de la langue anglaise: l'influence des médias. (Colloque international et pluridisciplinaire «La construction des images: persuasion et rhétorique, création des mythes»). – Paris: Université de Paris Sorbonne, Paris IV Ecole Doctorale IV, 2009. – 3 p.
11. Pergnier M. Les anglicismes. – Paris: Les Presses Universitaires de France, 1989. – 214 p.
12. Tournier J. Les mots anglais du français. Dictionnaire thématique des emprunts du français à l'anglais. – Paris: Belin, 1998. – 624 p.
13. Yaguello M. Le sexe des mots. – Paris, 1989. – p. 87–95.
14. Электронный ресурс: http://www.academie-francaise.fr/la-langue-francaise/questions-de-langue#12_strong-em-anglicismes-et-autres-emprunts-em-strong.

Зубкова Л.В., Чернікова Л.Ф.

УДК 81'271:172

МОВНИЙ ЕТИКЕТ – НЕВІДЕМНИЙ ЕЛЕМЕНТ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ

Аннотация. В статье рассматривается вопрос речевого этикета и речевого поведения человека в различных жизненных ситуациях. Речевой этикет – это часть общей культуры человека. Использование правил речевого этикета зависит от конкретной ситуации общения, места и обстоятельства разговора, но наиболее важно – это межличностные отношения. Речевой этикет – набор или спектр фраз, которыми мы пользуемся в ежедневных ситуациях. Чем выше уровень речевой культуры, тем выше творческий потенциал, профессиональный уровень.

Ключевые слова: речевой этикет, общение, культура, отношения, правила.

Анотация. В статті розглядається питання мовного етикету та мовної поведінки людини в найрізноманітніших життєвих ситуаціях. Мовний етикет – це частина загальної культури людини. Використання правил мовного етикету залежить від конкретної ситуації спілкування, місця й обставини розмови, але найбільшою вагою набувають міжособистні стосунки. Мовний етикет – це набір або спектр фраз, якими ми послуговуємося у щоденних ситуаціях, чим вище рівень мовної культури, тим вищий її творчий потенціал, професійний рівень.

Ключові слова: мовний етикет, спілкування, культура, стосунки, правила.

Summary. Speech etiquette is a part of general human culture. The usage of speech etiquette rules depends on the particular situations of communication, of the place and conditions of the conversation. But the most important thing is that these are interpersonal relations. Speech etiquette is a set and a range of phrases of everyday situations. The higher the level of speech culture, the higher is the creative potential, professional level.

Key-words: Speech etiquette, communication, culture, relations, rules.

Від найдавніших часів мова супроводжує людину на всіх етапах її життя. Власне без мови не існувало б людини як розумної істоти, адже всі проблеми свого життя від найпростіших побутових до складних наукових, соціальних і політичних вона вирішує, користуючись мовою.

Мова – це і засіб спілкування, накопичення та передачі набутих людством знань, і найважливіший інструмент навчання. Без мови не існує навіть сама людська думка, яку кожна людина оформлює не тільки для оточуючих, а й сама для себе за допомогою мовних засобів.

Культура мови – це вміння сказати необхідне слово в потрібний час, доцільно, із дотриманням правил мовного етикету, щоб не образити людину і водночас не втратити власної гідності.

Мовна культура як і культура поведінки, загальна культура особистості, над підвищенням якої нас вимагають постійно працювати навчання та служба. Мовна культура є основною ознакою загальної культури людини і разом із тим її складовою. Чим вищий рівень мовної культури людини, тим вищий її творчий