

якістю освіти будуть відрізнятися від звичайних, наприклад, бухгалтерських курсів чи ремісничих училищ? Якщо із освітньо-наукової програми ВНЗ по підготовці докторів філософії вилучена ...сама філософія, то майбутні дослідники-науковці – доктори філософії в галузі економіки – будуть обізнані у філософії на рівні молодшого бакалавра (початковому рівні вищої освіти)? Без коментарів.

Колишній міністр освіти США Річард Райлі, запроваджуючи стратегічні ініціативи щодо підвищення національних освітніх стандартів, сформулював низку проблемних питань, які має вирішувати сучасна система освіти яким чином...

- підготувати учнів до професій, які ще не існують?
- навчити використовувати технології, які ще не винайдені?
- навчити вирішувати проблеми, які ще не виникли?

Чи здатна буде оновлена українська освітня парадигма знайти відповіді на такі питання без відновлення потужної гуманітарної складової в циклах навчальних програм та освітньо-виховній діяльності?

Процес успішної інтеграції України до європейського простору вищої освіти можливий лише за умови гуманізації та гуманітаризації оновленої освітньої системи, метою діяльності якої буде виховання високодуховної особистості, в якій гармонійно поєднуються фахові знання з високим загальнокультурним рівнем, розвиненим почуттям відповідальності, широкою ерудицією та здатністю до критичного мислення.

Література

1. Козлов Є.В. Посилення гуманітарної складової вищої освіти як необхідна умова підготовки конкурентоспроможного фахівця / Глобалізація у сфері економіки та технологій / Мат. XI Міжнар. наук.-практ. конф. 26–27 квітня 2014 р. – Т. I. – Чернівці: БЕФ, 2014. – С. 47–49.

2. Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014 р. № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

*Колеснікова І.А., д.філол.н., професор
кафедри української мови та літератури*

ПОЛІТИКА ОСВІТНЬОГО ПРОТЕКЦІОНІЗМУ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ-ЕКОНОМІСТІВ: НОВІ ЛІНГВІСТИЧНІ СПЕЦКУРСИ У ПРАКТИЦІ ВИКЛАДАННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Мова – один з основних інструментів реалізації фахових інтенцій майбутнього спеціаліста, тому її поглиблене вивчення є невід’ємним складником освітнього процесу. Зважаючи на недорікуватість більшості публічних осіб, потреба у спеціалістах з високим рівнем орфографічної, термінологічної та етнокультурної грамотності не зменшується, тому що надії на адекватний редактор-комп’ютер виявилися марними. Ось чому випускник КНЕУ має вигідно вирізнятися за освітнім цензом серед інших претендентів і кандидатів на посаду в умовах скорочення робочих місць і розбалансування ринку праці.

Сучасна університетська освіта забезпечує майбутнім фахівцям певні професійні компетентності, зокрема *базову* (систематизовані знання з основних розділів сучасної української мови, особливо її нормативності, стильової диференціації, фахової термінології, а також культурно-літературного складника для ведення інтелектуального діалогу з бізнес-партнерами); спеціальну (специфіка фахової мови) та *спеціалізовану* (робота з фаховим текстом, етнокультурна та лінгвокультурологічна інформація, що залишається за лаштунками при вивченні базових дисциплін). Кафедра української мови та літератури у цьому випадку якраз і «латає» ці лакуни, забезпечуючи нашим випускникам високий освітній потенціал.

Проте такий репертуар компетентностей не завжди гарантує кар’єрне зростання молоді, оскільки не вичерпує можливості конкурентоздатності нашого випускника, особливо за умов відсутності у нього досвіду роботи. Треба дивитись у майбутнє, а відтак посилити прагматичний аспект у підготовці економістів, які потребують особливих, навіть унікальних, нестандартних вузькоспеціальних компетентностей і додаткових знань, що дозволять їм активно конкурувати з випускниками інших ВНЗ.

Одним зі шляхів розв’язання цієї проблеми могли б стати нові лінгвістичні спецкурси, які надають слухачам такі вміння та навички, що забезпечують їх пріоритет на ринку праці і в науковому секторі професійної діяльності. Цей підхід варто екстраполювати й на інші гуманітарні дисципліни, у яких є значний потенціал для закриття «компетентнісних дірок» у сучасній освіті.

Кафедра української мови та літератури пропонує, зокрема, ексклюзивний авторський курс «Лінгворекламістика», предметом якого є реальний рекламний продукт, що представлений у сучасному інформаційно-професійному просторі і нерідко потребує коригування, оскільки не відповідає ані естетичним смакам клієнтів, ані етнокультурній компетентності (наприклад, узбецький ресторан «Карнавал», порівн. карнавал – культурний феномен зовсім іншого етносу).

Некоректне вживання як брендів лексем з яскравим культурологічним ореолом свідчить не тільки про низький професійний рівень вітчизняних фахівців, а й слугує причиною виникнення цивілізаційно-культурних конфліктів, оскільки така тактика вибору назви демонструє неповагу українських спеціалістів як до європейської культури взагалі, так і культур окремих народів зокрема.

Навчити уникати подібних конфузів і є метою уже гаданого курсу. Він дає можливість студентам ознайомитися з найвідомішими світовими й національними літературними брендами, культурними символами інших країн, міфологічними і біблійними назвами, їх контентом, конотаціями, етимологією, емоційною «аурою», яка часто стає основою для вибору найменування продукту чи послуги, що рекламуються. Гучна назва, обрана спорадично або неграмотно, не сприяє успіху бізнесу, а навпаки, відштовхує його на периферію ринку і робить звичайним економічним маргіналом.

У курсі «Лінгворекламістика» особлива увага привернута до так званих слів-пасток, бездумне використання яких створює комічну ситуацію або призводить до банкрутства фірми, тому вміння коригувати і фільтрувати невдалу рекламну продукцію є вкрай актуальним, оскільки зробити це можливо лише за умов відповідної лінгвальної підготовки студентів. Саме у такий спосіб вони отримають нову додаткову кваліфікацію – контролер рекламного продукту або арбітр у суперечках з приводу його коригування. Рекламна назва – це обличчя будь-якого закладу чи установи, вона створює перше враження і формує в уяві клієнта перші штрихи їх репутації, яка має бути бездоганною для успішної комерційної діяльності.

На майбутніх правників розрахований спецкурс «Юрислінгвістика». Він охоплює специфічну і дуже популярну сферу – юридичний аспект мови, а саме: право носія мови на комфортне користування нею; відповідність кодифікованих норм чинному законодавству; межі права особистості чи мовних спільнот і наукових колективів на внесення змін у ту чи ту мовну норму; захист прав користувачів мови; лінгвістичну дискримінацію у випадку, коли реклама чи документація представлені носію мови нерідною мовою, якою він не володіє; роль мовних помилок у викривленні букви закону, а іноді і його духу; інтернет-комунікація і межі можливого спотворення мови в електронних текстах; видавнича справа і право читача на комфортне, тобто безпомилкове, прочитання тексту, відповідальність видавництва за непрофесійний набір текстів; помилки у текстах ЗМІ як створення ворожого мовного середовища; ЗМІ як арена мовної агресії та театр маніпулювання суспільною свідомістю; публічне використання ненормативної лексики як образа честі та гідності людини; проблема комерційних видавництв, що поширюють тексти з обценною, тобто ненормативною, лексикою; юридична регламентація щодо вживання маркованої лексики, зокрема арго, жаргонів; юридична відповідальність публічних осіб за неволодіння нормативною державною мовою тощо.

Зараз ця сфера юридичної діяльності стає вкрай актуальною не лише в плані екології лінгвістики, а й безпосередньо в підготовці та розробленні нових законів, що регулюють суспільне життя та комунікацію. Знайомство із запропонованим курсом дозволить випускнику КНЕУ не тільки отримати традиційну юридичну кваліфікацію, а й надасть йому можливість опанувати вузько-спеціальну галузь, стати фахівцем з проблем юрислінгвістики, а за потреби поглибити ці знання, якщо цього буде вимагати майбутній роботодавець. Цей курс розширює межі традиційної освіти як сучасний складник, розширює професійні можливості студента, а також робить його високоосвіченим фахівцем, оскільки помилка в рекламі є причиною нашого зіпсованого настрою, а помилка в тексті закону чи дуалізм у його трактуванні через мовний чинник може змінити долю людини, що є неприпустимим у правовій державі, до якої тяжіє Україна.

Отже, політика освітнього протекціонізму як захисту прав і можливостей працевлаштування своїх випускників уявляється виправданою, коректною і прагматичною, тобто такою, що здатна забезпечити їм достойне місце в суспільстві та реалізацію у професійній сфері. Університет може реалізувати ці інтенції молоді через трансформацію змісту сучасної вищої освіти та залучення до навчального процесу нових нестандартних дисциплін, що виникають на стику економіки, юриспруденції та новітніх лінгвістичних наук.