

чення: «Head & Shoulders» – голова та плечі, «Happy ранок» – щасливий ранок.

На першому етапі «проникнення» до лексичної системи реципієнта мови англійські запозичення передаються латинкою: Доступ до мережі «Internet» – це Ваші безмежні можливості у бізнесі, навчанні і просто в житті!

Головним ноу-хау цього ресурсу є можливість стати членом партії в режимі on-line, сидячи за комп'ютером. Лексему on-line можна тлумачити як «інтерактивний, під'єднаний». Таке написання свідчить про те, що лексема знаходиться на проміжному етапі запозичення. Вона вже фіксується у «Словнику іншомовних слів» із подвійним написанням: кирилицею (через дефіс і разом), що є свідченням проміжного етапу її засвоєння. У рекламних оголошеннях поряд із написанням лексеми internet латиницею, зустрічається також і написання лексеми кирилицею. Це свідчить про те, що лексема інтернет перебуває на стадії входження до лексико-семантичної системи сучасної української літературної мови.

Нерідко рекламне оголошення може вміщувати деякі варваризми для скорочення довжини рекламного оголошення: The Lexmark // All-in-One + подарунок // Справжній швейцарський ніж; Victorinox кожному, хто придбає багатофункціональний пристрій «Lexmark».

При вивченні рекламних матеріалів наших днів неважко помітити неравномірність розподілу запозиченої лексики в середині рекламного простору.

Удалих Г.С.
НМетАУ

РОЛЬ ПРОФЕСІОНАЛІЗМІВ У МОВНІЙ ПІДГОТОВЦІ ЕКОНОМІСТІВ

Мова – як фундамент, на якому побудовано суспільні відносини, як один із факторів самоорганізації нації, є важливим критерієм духовності, культури, освіченості народу і студентської молоді зокрема.

У зв'язку зі змінами, що відбулися за останні десятиліття в політичному й соціально-економічному житті України, зростає інтерес до аналізу та досліджень професійної лексики, до складу якої постійно надходить велика кількість іншомовних слів, формується нова власне українська лексика на позначення різних понять і процесів, водночас збагачується система галузевої термінології різних наукових дисциплін: економіки, правознавства, інформатики тощо.

Специфіка професійного мовлення полягає в обслуговуванні сфери виробничих відносин, потреб спілкування між представниками однієї професії, зокрема економічної сфери. Знання мови фаху підвищує ефективність праці, допомагає краще орієнтуватися в складній професійній ситуації кожному спеціалісту.

Професіоналізми – це слова і звороти мовлення, характерні для мови людей певних професій. Оскільки професіоналізми вживають на позначення певних понять тільки у сфері тієї чи іншої професії, ремесла, промислу, вони не завжди відповідають нормам літературної мови.

На відміну від термінів, професіоналізми не мають чіткого наукового визначення й не становлять цілісної системи. Якщо терміни – це, як правило, абстрактні поняття, то професіоналізми – конкретні, тому що детально диференціюють ті предмети, дії, якості, що безпосередньо пов'язані зі сферою діяльності відповідної професії. Здебільшого професіоналізми застосовуються в усному неофіційному мовленні людей певного фаху. Виконуючи важливу номінативно-комунікативну функцію, вони точно називають деталь виробу, ланку технологічного процесу чи певне поняття й у такий спосіб сприяють кращому взаєморозумінню. У писемній мові професіоналізм вживають у виданнях, призначених для фахівців (буклетах, інструкціях, порадах). Загалом професіоналізми використовують в усному неофіційному мовленні людей певного фаху. Виконуючи важливу номінативно-комунікативну функцію, вони точно називають деталь виробу, ланку технологічного процесу чи певне поняття й у такий спосіб сприяють кращому взаєморозумінню.

Поширеним засобом поповнення складу професіоналізмів є «місцева творчість» (у межах колективу, підприємства тощо), насамперед за рахунок префіксації та словоскладання. Серед префіксів найпопулярніші до- (дообладнати, декваліфікація), недо- (недопалив, недовнесок), за- (залозунгувати, запроцентувати), над- (надзверхплановий); серед суфіксів -ість (бойовитість, пливучість, стрибучість), -аж (типаж, листаж), -ація (маршрутизація) тощо. Частина професіоналізмів переходить до термінів, зазнаючи при цьому структурних змін; деякі з них, не стаючи термінами, проте уживаються в науковій мові з певними застереженнями (здебільшого їх виділяють лапками, тоді як терміни вживають без лапок).

Сьогодні ринок праці вимагає не тільки інтегрованого фахівця, а й людини, яка розуміє, що висока культура – це фактор успіху, конкурентоспроможності, це володіння умінням спілкуватися з людьми. Також це толерантність, здатність управляти собою, вміння працювати в колективі, бути наполегливим, енергійним, доброзичливим, працездатним, вміти вирішувати управлінські завдання на певному рівні своєї посади.

Халявка Д.О.
НМетАУ

КУЛЬТУРА МОВИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА

Культура мовлення тісно пов'язана й з культурою мислення. Адже якщо менеджер чітко, логічно мислить, тоді й мовлення у нього зрозуміле, логічне. Якщо у людини немає логічної думки, якщо вона говорить про те, чого не розуміє або не знає, тоді й мовлення в неї плутане, беззмістовне, захащене зайвими словами.

Одним з важливих напрямів мовної підготовки й формування професійної культури фахівця є вдосконалення володіння мовою професії, тобто знання термінології, здобуття навичок у введенні спеціальної лексики до професійних текстів. Доцільно наголосити на трьох аспектах узазаної проблеми: культурі професійного мовлення як невід'ємної складової іміджу фахівця; формулах українського мовного етикету в професій-