

5. The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution: Global Challenge Insight Report. URL: <https://bit.ly/3432Met> (дата звернення: 23.03.2020).

УДК 070:316.42(477)

Г.Б. Раскосова (*ХДУХТ, Харків*)

МАС-МЕДІА ЯК ВІДЗЕРКАЛЕННЯ СУСПІЛЬНОГО ПОСТУПУ КРАЇНИ (ЛЕКСИЧНИЙ АСПЕКТ)

Невпинне зростання професійної компетентності фахівців з управління, адміністрування та міжнародних відносин, а також інтелектуальна потреба отримання нових знань – запорука подальшого розвитку суспільства в цілому і кожної особистості зокрема. Засоби масового інформування – друковані й електронні – відіграють у цьому найважливішу роль. Взагалі масова комунікація як певний інституціолізований мікропроцес виробництва, розповсюдження та обміну інформації у сучасному розумінні з'явилася порівняно недавно. Але за дуже короткий час вона набула такого поширення в усіх сферах людського існування, в тому числі і професійного, що зараз практично неможливо уявити собі існування суспільства без інформації та засобів її масового розповсюдження, які постійно осучаснюються.

Інформуючи людину про світові та локальні події і розширюючи її кругозір, мас-медіа через мову впливають на систему її мислення, світогляд, професійний інтереси, культуру. До речі, українська культура, як оригінальна і своєрідна система, самостверджуючись, на всіх етапах розвитку була включена у сферу міжнаціональної духовної взаємодії, у регіональний і світовий культурний інформаційний процес. На думку Ентоні Гіддена, автора книги «Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь», епоха швидких змін, все активніше відбивається на світовій масово-комунікативній ситуації, яка, в свою чергу, змінює і стилістику засобів масової інформації, впливає на прийом і подання різнобічного матеріалу і у періодичних виданнях, і у фаховій літературі.

Так, українська мова постійно еволюціонує, але на початку ХХІ століття зазнала особливо істотних змін. Вони сталися, перш за все, у лексичному складі мови. Ми зупинимось тільки на тих мовних елементах, які найяскравіше ілюструють існуючі процеси. Звичайно, добір лексичного матеріалу дещо суб'єктивний, він не претендує на

всеосяжність. Ми спробували дати своє розуміння процесів, що відбуваються у мові.

Стилістичні засоби, якими активно користуються мас-медіа багатогранні й багатовимірні. Вони цікаві й тому, що значною мірою відображають і репрезентують певний етап розвитку мови і ступінь адаптації сучасника у суспільстві, і тому, що відкритість мовного суспільства в епоху глобалізації сприяла активному вживанню запозиченої лексики, зробивши її принадною і модною.

Проте потреба у запозичених словах сьогодні очевидна. Саме в кінці ХХ ст. процес запозичення став найбільш активним і соціально вагомим (дефолт, бартер, дистриб'ютор, інвестор, маркетинг, моніторинг, кастинг та ін.). Недарма відомі мовознавці (А.О. Білецький, В.Г. Костомаров, Є.Н. Шейгал) мову 90-х називають мовою ейфорії.

Значна частина інтернаціональної термінології та культурної лексики, яка виражає загальні поняття науки, техніки, мистецтва, громадського життя і пов'язаної з європейськими традиціями у визначенні обсягу цих понять немає відповідності в українській мові (реалізм, ідеалізм, політика, університет, культура, фізика, хімія, консерватизм тощо). У тих же випадках коли терміни і слова подібного роду мають синоніми, останні, як правило, є менш виразними, частковими, залежними від контексту (абсолютний-безумовний, повний; автономія-незалежність, самоуправління; бартер-обмін товарами; превентивний-запобіжний тощо).

Іншомовне слово, найчастіше англійське, у сучасному українському контексті – це одна з прикмет «мовного смаку епохи» (В.Г. Костомаров). На загальному тлі широкого запозичення іншомовне слово здається престижним, таким, що звучить по-вченому, і, відповідно, воно інтелектуальне й красиве. Наприклад: презентація – це не просто представлення чого-небудь, а урочиста акція; бутик – не маленька крамничка, а елітний салон-магазинчик; консалтинг звучить зараз більш вагомо, ніж консультування, а кастинг – більш жорстко ніж відбір і т.ін.

З нашої точки зору всі нові запозичення можна поділити на дві категорії – необхідні, неминучі, такі, що відповідають потребам самої мови, оскільки вписуються у дію закону мовної економії (наприклад: картридж – патрон з фарбою для принтера; кілер – найманий убивця; брокер – торговий або фінансовий агент) і запозичення, яких можна було уникнути.

Англомовні інтелектуальні «збагачення» часто викликають відкрите несприйняття, коли кількість англіцизмів в одній фразі вже не дає читачу адекватно сприймати інформацію: «Генеральний директор холдингової, консалтингової чи трастової компанії організовує

тренінгові курси, наділяє бізнес-планами, складає лістинг котирувань відповідно до моржі, встановленої нацбанком, укладає ф'ючерсні контракти, які набувають сили при в'їзді до офшорних зон».

Іноді декому здається, що неможливо дібрати українських відповідників. Та це далеко не так. Наприклад, популярне слово консалтинг має в українській мові сім відповідників: порадництво, дорадець, порадник, радник, дорадчий, порадний, порадчий тощо.

Водночас у мові медіатекстів останніх двох-трьох десятиріч спостерігаємо тенденцію до вживання питомих українських відповідників запозичених лексем (летовище, світлина, мапа, прямовисний, гвинтокрил, часопис, царина, потяг, чинник, наклад (рос. тираж), складник та ін.). Така тенденція є природною і виконує позитивну роль консолідуючи членів мовної спільноти у період суспільно-політичних перетворень.

Якщо подивитися на профільні підтерміносистеми сучасної української мови під кутом зору реабілітації слів, то найбільш реабілітованою є підсистема «фінанси»: акція, акціонер, аукціон, відсоток, гривня, комерція, комерсант, оренда, орендатор, скарбниця (рос. «казначейство»).

Засоби масової інформації є одним із елементів громадського життя, який активно реагує на суспільні процеси й відзеркалює їх. Мас-медіа має дуже великий вплив на громадську свідомість, сприяє формуванню мовно-мовленнєвої компетентності фахівця будь якої галузі.

УДК 372.8:81'243-048.78

І.В. Удовенко, канд. філол. наук (*ХДУХТ, Харків*)

Л.А. Подворна (*ХДУХТ, Харків*)

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

На сучасному етапі, головною ознакою якого є розширення міжнародних зв'язків України у різних галузях господарства, виникає нагальна потреба у професійно спрямованому спілкуванні фахівців-економістів із зарубіжними колегами в ситуаціях економічної діяльності. Таке соціальне замовлення знаходить пряме відображення в програмних вимогах щодо рівня володіння іноземною мовою студентів немовного вищого закладу освіти (ВЗО), що, у свою чергу, передбачає «досягнення студентами такого рівня розвитку іншомовних навичок та