

Більша частина студентів розмовляє літературною мовою, проте нерідко є вживаними і кальковані з російської «слова-паразити», наприклад: «типу», «короче», «знаєш». На нашу думку, це свідчить про бідність словникового запасу.

У студентському середовищі часто можна помітити заміну звичайних слів на сленгові. Наприклад: «стіпуха» (стипендія), «хвіст» (заборгованість), «врубитись» (зрозуміти), «лаба» (лабораторна робота) і т.д.

Студенти можуть використовувати такі слова для того, щоб бути більш модними. По-перше, при розмові з іншими людьми студенти так виражають свої враження, ідеї, показують те, що вони йдуть у ногу з часом.

По-друге, за допомогою сленгу студент намагається краще влитись в колектив, щоб його розуміли і сприймали. Очевидно, що це негативно відображається на іміджі сучасного україномовного студента, адже складається враження, що студент не володіє досконало літературною українською мовою.

На формування розмовної мови студентів впливають багато чинників, основними з них є: виховання в сім'ї; студентський колектив; реалії студентського побуту; друзі; навчання.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що значення української мови в житті студентів переоцінити неможливо. За допомогою досконалого знання літературної мови, студенти зможуть правильно висловлюватися та краще розуміти один одного. Студент, який дбає про свій імідж повинен розмовляти українською, щоб показати рівень власної освіченості, викликати довіру оточуючих та мати позитивний імідж. Для досягнення цієї мети, підвищенню рівня культури професійного мовлення студентів сприяє збагачення їх активного ділового словника.

Список літератури

1. Алла Шумейкіна. Сучасний український сленг: конотативний аналіз/ Шумейкіна А. // Дивослово. – 2010. № 7. – С. 31 – 34.
2. Словник сучасного українського сленгу / Упорядник Т. М. Кондратюк. – Харків: Фоліо, 2006. – 359 с.
3. Зарицька І. М., Чикаліна І. О. Українське ділове мовлення. – Донецьк, 1997
4. Галицька Е. В. Роль «Ділової етики» у формуванні особистості студента / Е. В. Галицька, НаУКМА. – 2009. – Т. 94. – С. 10–13

*Науковий керівник: Сенчило Н.О.,
канд. філол. наук*

УДК 1.147

Меленівська Д.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Історія розвитку економічної термінології знайшла своє висвітлення у роботах П. Коваліва, А. Москаленка, Л. Жовтобрюха, М. Худаша, Ф. Ткача, А.Бурячка, Л. Поллоги, Т. Панько та ін.

Економіка як особливий вид буття володіє власним складним і багатоаспектним понятійним апаратом, в якому відбивається розвиток відповідної наукової думки. У міру розвитку і поглиблення економічних знань ускладнюються і поняття, що передаються в мові термінами. При цьому кожна епоха спиралася на термінологію попередників і, як наслідок, розробляла своє коло понять. Наприклад, терміни політекономії були розкриті та розроблені на термінах буржуазної економії. Таким чином, економічна термінологія є продуктом історичного розвитку, оскільки в ній відображені всі етапи економічних змін у людському суспільстві, і кожен етап характеризується своєю термінологічною лексикою, яка відображає характер виробничих відносин: первіснообщинний, рабовласницький, феодальний, капіталістичний, соціалістичний, постсоціалістичний.

Усі суттєві зміни економічних процесів відбуваються на тлі змін всього соціального організму. Ці нові зміни знаходять відображення в мові певного суспільства, виникають ключові слова, що характеризують конкретний історичний етап суспільного розвитку. Наприклад, для економічної ситуації в нашій країні періоду перебудови характерні такі терміни, як ваучер, дефолт, деномінація, приватизація, а в Великобританії в 80-і рр. минулого століття були актуальні такі терміни: economic decline, recession, recovery, economic miracle, industrial relations.

Ці слова і поєднання, як правило, складають базисну термінологію і входять в термінологію як необхідний і обов'язковий елемент. З одного боку, вони використовуються носіями мови для позначення відповідних процесів і явищ, з іншого боку, є засобами пізнання цих процесів і явищ.

Система економічних понять характеризується єдністю, цілісністю, ієрархічною організацією елементів, дуже неоднорідних за змістом і роллю, яку вони виконують.

Неоднорідність змісту економічних понять знаходиться в прямій залежності від особливого місця, що займає економіка як система. Специфіка економіки відбивається в економічній термінології, в якій поряд з чисто економічними термінами функціонують терміни, залучені з інших терміносистем (правової, історичної, географічної тощо). Таким чином характеризується її положення в мові (макрорівень). Однак і внутрішня структура економічної термінології неоднорідна за своїм змістом (мікрорівень).

Класифікація Ф. Ванкерла дозволяє досить добре показати неоднорідність поняття «економічна термінологія» на вертикальному рівні і розкрити її міждисциплінарні зв'язки.

Вертикальний рівень класифікації характеризує різні сфери економіки, тобто внутрішню неоднорідність і багатогранність поняття «економіка» і, відповідно, її термінології. Поняття «економічна термінологія» є спільним, широким позначенням для вузькоспеціальних терміносистем. До таких можна віднести термінологію економіки народного господарства, підприємства, системи страхування, світової та аграрної економіки, зовнішньої торгівлі та маркетингу і багато інших.

Специфіка економіки знаходить своє відображення також у сфері функціонування. На відміну від інших термінологічних систем економічна термінологія вийшла далеко за межі професійного спілкування і

використовується в мові не тільки фахівців, а й широких верств населення, оскільки в умовах економічної нестабільності і виникнення нових економічних реалій зростає інтерес до питань економіки в суспільстві, бесіди на економічні теми в повсякденному спілкуванні стали звичним явищем. Засоби масової інформації, економічна література орієнтовані як на професіоналів, так і на масового адресата.

Список літератури

1. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови: Навчальний посібн. – К.: МАУП, 2002. – 208 с.
2. Ділова українська мова: Навчальний посібник. – 3-тє вид., стереотипне / За ред. О.Д.Горбула. – К.: Знання, 2002. – 226 с.
3. Економічний словник-довідник / За ред. доктора екон. наук., проф. С.В. Мочерного. – К.: Феміна, 1995. – 368 с.

Науковий керівник: Чухліб Т.М.

УДК 316.776.33

Петренко А.М.

Державний університет телекомунікацій, Київ

КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ: ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ, УМОВИ ПОДОЛАННЯ

Під комунікативними бар'єрами розуміють певні явища деформації /видозміни комунікаційного процесу, зумовлені низкою причин, що, в свою чергу, можуть призвести до неадекватної поведінки реципієнта.

Низка вчених (Г. Балл, А. Бреус, В. Лобунська, Л. Радзіховський та ін.), що займаються дослідженням цього питання, головною причиною виникнення таких комунікативних перепон вважають передусім відсутність розуміння між учасниками комунікації (соціальними групами, окремими індивідами тощо), яке може бути викликане соціальними, політичними, релігійними, економічними, професійними протиріччями. Щодо безпосереднього особистісного спілкування, то слід зауважити, що необхідно враховувати індивідуальні психологічні особливості комунікантів (світосприйняття, настрої, почуття тощо).

Продовжуючи цю думку, Г. Андрєєва визначає дві великих групи комунікативних бар'єрів: *соціальні та психологічні*[1].

Крім того, на увагу заслуговують і такі види комунікативних перепон як змістовні / сутнісні (аспекти, що стосуються тлумачення та розуміння змісту інформації). Серед них виділяють фонетичні бар'єри (використання елементів інших мов та діалектів; лінгвальні дефекти мовлення; порушення мовних норм); семантичні (використання кліше і жаргонів); стилістичні (невідповідність змісту повідомлення та стилістичного забарвлення комунікаційної ситуації); індивідуальні бар'єри (питання, пов'язані з особистісними комунікативними навичками людини); соціально-культурні бар'єри (визначаються рівнем розвитку інтелекту).

До того ж, можемо визначити економічні, географічні, часові, просторові та інші бар'єри.

Але основним залишається надскладне питання – подолання комунікативних