

ПОТЕНЦІЙНИЙ СЛОВНИК ФАХІВЦЯ-ПОЧАТКІВЦЯ: КОНТЕНТ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

Фахівець-початківець сьогодні, вибудовуючи власну стратегію реалізації в обраній професії, намагається керувати системою мовленнєвих комунікацій, економно використовувати мовні засоби, працює над ентропією (*перетворенням, спрощенням частини інформації*) ділових повідомлень, контролює стан каналів комунікації, котрі за Дж. Ватсоном і Е. Хіллом, американськими дослідниками, – «...як і водні канали, канали інформаційні повинні бути чистими, а іноді їх слід прочищати» (1, с. 57-58), та вербальні (словесні) компоненти, що у «міжособистісному спілкуванні виступають основними носіями значень(смислів) повідомлень», особливо профільного спрямування. Отже, багатство словника, загальна гуманітарна культура фахівця є визначальними, потребують постійного вдосконалення й *майстерності читати* інформаційний продукт, – формувати свій активний й потенційний словник (лексикон).

Потенція від лат. *сила*, – *прихована можливість, що може виявитись за певних умов; достатність сил для якої-небудь діяльності* (О. С. Мельничук, 1977. – С. 541). Тому потенційний словник забезпечує цю можливість. Одним із каналів насичення останнього є інформаційний контент друкованих ЗМІ, зокрема щоденної всеукраїнської газети «День» ([www. day. kyiv. ua](http://www.day.kyiv.ua)). Метою нашої розвідки є дослідити окремі аспекти (позитивні й негативні) використання іншомовних запозичень – саме «*новітніх запозичень*», «*неозапозичень*», «*неолексем*» (за І. Коробовою), «*нових інішомовних слів*» (за О. Стишовим) у засобах масової інформації (газетах) як просунутого каналу розширення активного й потенційного лексикону фахівця-початківця.

Останнім часом спостерігається інтерес науковців до використання запозиченої лексики в різних площинах у засобах масової інформації, зокрема дисертаційні дослідження Сергєєвої Г. А. (ХДУ), Симонок В. П. «Лексико-семантична рецепція іншомовної лексики в українській мовній картині світу» (2002), Коробової І. О. «Семантичне та словотвірне освоєння новітніх запозичень в українській мові» (2017) та ін.; статті О. Свіріпи, В. Романа, О. Стишова, К. Демченко, Р. Вишнівського, Т. Медведєвої тощо. Особливий інтерес у межах означеної теми викликають два словники новітніх запозичень та новітніх аббревіатур-запозичень, укладених І. Коробовою (1493н. з.) (2, с. 223-441).

Принагідно зазначаємо, що об'єктом нашого наукового інтересу є *новітні запозичення*, що увійшли в мову в останні 3-5 років завдяки багатогранній крос-культурній комунікації, й є складовою потенційного словника ділової людини. Так, ряд уже засвоєних назв приладів та технологічних послуг – *караоке, ноутбук, органайзер, сканер, ресівер, принтер, сервер, транкінг, скрін-сервер, сабвуфер* (3), – поповнився новітніми: *смартфон* – телефон з розширеним органайзером, офісними можливостями, *айфон* – мультимедіа-смартфон, *айпед* –

планшетний комп'ютер, *айпод* – портативний медіаплеєр, *геймпад* – мобільний пристрій для ігор, *ультрабук* – ультратонкий і легкий компактний ноутбук, *тачпад* – сенсорна панель на телефоні чи комп'ютері, *запінг* – перемикач каналів під час реклами. Серед назв процесів і явищ у ЗМІ й бізнесі, торгівлі: *оверквотинг* – безглузде цитування; *буккросинг* – обмін книжками у велелюдних місцях, *мувінг* – комплекс послуг з ефективною організації перевезень, *рітейл* – робота з масовим клієнтом, *шопліфтинг* – особливий вид спорту (поведінки), пов'язаний із крадіжками в магазинах.

Прикметним у галузі освіти й виховання стали неозапозичення *тьютор і коуч*. Із п'яти значень першого слова в англійській мові до української увійшло одне – викладач, наставник, який допомагає студентам коледжу, університету найбільш оптимально побудувати навчальний процес (2, с. 107). Друге – *коуч*: керівник, персональний тренер (бізнес-тренер), який працює з динамічними цілеспрямованими людьми, допомагає розкрити потенціал амбітних фахівців, – навпаки, дало цілу парадигму: коуч-консультант, коуч-консультування, коуч-курси, коуч-менеджер, коуч-серфер, коуч-сесія, коуч-система, коуч-тренер, коуч-тренінг тощо.

Інформаційний контент українських друкованих ЗМІ дає не тільки «експресивність новизни», а й ряд новітніх запозичень-уявлень, зокрема «*сервільність*» (з лат. *servilis* – рабська) – прагнення вислужитись, укр. *догідливість, плазування, підлабузництво*. В іншій площині – *фактчекінг* – об'єктивність, достовірність інформації. Отже, неозапозичення (неолексеми) проходять своєрідну апробацію на доцільність і достатність нормативного використання саме в динамічному контенті – мові ЗМІ, на потреби номінацій нових реалій, понять у суспільному й економічному житті, бізнесі; є економією засобів через сформованість у мові-реципієнті терміносистем певної галузі чи професійного середовища. Таким чином, не заглиблюючись у мовознавчий аспект процесу запозичень, при сталій потребі читання молодий спеціаліст активно збагачує свій потенційний словник відповідно до викликів часу. Тести ж документів укладаються відповідно до вимог Держстандарту (ДСТУ 1. 5:2003), де за наявності 2-х рівнозначних слів перевага за українським. Тому постає проблема *доцільності, достатності* використання неозапозичень. Цілком слушними є застереження мовознавців (зокрема С. Караванського, О. Стишова) щодо швидкого проникнення в мас-медіа (а згодом і в мову) чималої кількості екзотизмів. У цьому всеохопному інформаційному каналі фахівець повинен виявити власну мовну реакцію та адекватний відбір.

Список бібліографічних посилань:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник / Ф. С. Бацевич. К.: ВЦ «Академія», 2004. 344с.
2. Коробова І. О. Семантичне та словотвірне освоєння новітніх запозичень в українській мові: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10. 02. 01 “Українська мова” / І. О. Коробова. К. – Запоріжжя, 2017. 443с.
3. Медведєва Т. М. Іншомовна лексика у мас-медійному просторі / Т. М. Медведєва. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.confcontact.com/2012_11_28/7_medvedeva.html