

Итак, подведем итоги.

1. Идеологические партии уходят в прошлое. Их место занимают партии-ФПГ, являющиеся политическим продолжением ФПГ. Бизнес таким образом полностью сливается с властью.

2. Цели партий-ФПГ являются чисто экономическими. Поскольку старые идеологии уже не могут выполнять своих функций или хотя бы служить эффективной ширмой для истинных целей партий-ФПГ, постепенно начинает вырабатываться новый политический язык, формируется терминологический аппарат, позволяющий выражать цели партий-ФПГ. Этот процесс идет параллельно с процессом такой трансформации общественного сознания, чтобы оно могло адекватно воспринимать сформулированные в новых терминах программы партий-ФПГ.

РОЛЬ І ЗНАННЯ КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ ФАХІВЦІВ-ЕКОНОМІСТІВ

Бабакова Я. І., студент Е-44

Мова - це фундамент, на якому побудовано суспільні відносини, «це один із факторів самоорганізації нації, є важливим критерієм духовності, культури, освіченості народу і студентської молоді зокрема».[1, 73]

Професійному мовленню в Україні властиві ознаки, що визначають рівень культури усного й писемного ділового мовлення: правильність, комунікативна досконалість, аргументованість, доцільність, стислість, точність. Специфіка професійного мовлення полягає в обслуговуванні сфери виробничих відносин, потреб спілкування між представниками однієї професії. *Добре знання мови фаху підвищує ефективність праці, допомагає краще орієнтуватися в складній професійній ситуації.* Кожна галузь науки має свої мовленнєві особливості, що виражаються в специфічній термінології і утворюють фахову мову. На мою думку, кожен спеціаліст має знати відповідну фахову мову та володіти навиками оперування нею.

Диференційована підготовка фахівця вимагає від спеціаліста належної кваліфікації, організаційних навичок і здібностей, високого рівня сприйняття, запам'ятовування і осмислення матеріалу, комунікативної культури

Відтак спробуємо обґрунтувати необхідність розвитку комунікативної культури фахівців економічних спеціальностей.

Підприємництво та малий бізнес сьогодні стали найбільш привабливими в плані перспектив працевлаштування або започаткування власної справи сферами професійних інтересів молодого покоління. Саме тому високий процент випускників середніх навчальних закладів (середніх шкіл, гімназій, ліцеїв, коледжів та ін.) при виборі напрямку для професійної освіти віддають перевагу економічним вищим навчальним закладам.

Враховуючи вищевикладене, а також той факт, що економічні відносини стали невід'ємною часткою нашого повсякденного життя, існує потреба обґрунтувати процес формування у студентів економічних спеціальностей умінь і навичок оперування мовним матеріалом в умовах їх професійного спілкування.

Ринок праці потребує не лише фахівця, а й людини, яка розуміє, що висока культура - це фактор успіху, конкурентоздатності, це володіння умінням спілкуватися з людьми, входити в контакт з будь-ким; це толерантність, здатність управляти собою, вміння працювати в колективі, бути наполегливим, енергійним, доброзичливим, працездатним, вміти вирішувати поставлені завдання на певному рівні своєї посади.

На мою думку, мовна підготовка випускників середніх шкіл часто не відповідає вимогам сьогодення. Особливі складності студенти відчують у монологічних висловлюваннях – безсистемність, непослідовність, відсутність орієнтації на адресата. Без аргументації висловлених думок текст втрачає зв'язність, знижуються його комунікативні властивості.

Однією з актуальних проблем, яка стоїть перед викладачем вищого навчального закладу, є розвиток комунікативної культури студентів. Адже повсюдно, замість того, щоб вивчати мову, вивчають граматику мови. Звичайно, добре, коли економіст, бухгалтер, менеджер чи підприємець знають правила орфографії, пунктуації, норми граматики. Але ці знання самі по собі не спроможні забезпечити належний рівень володіння мовою, розвиток мислення, уяви, емоційної сфери [1, 76]. Здавалося б, становище має змінити існуючий курс закладів вищої освіти «Українська мова за професійним спрямуванням». Але тут відбувається підміна процесу опанування вмінням розповідати, переказувати, виступати, брати участь у різноманітних мовленнєвих ситуаціях лише завданням навчити писати заяву, доручення, розписку і т. ін. На жаль, більшість вузів на цьому зупиняє розвиток комунікативної культури студентів. Звісна річ, що це залежить від рівня відповідальності і

кваліфікації керівників кафедр і деканів.

Між тим існує широке коло дисциплін, які формують гармонійну особистість студентів, серед яких риторика посідає окреме місце. Оволодіння риторикою було в усі часи у всіх народів вищим щаблем освіченості, бо сприяло розвитку ораторських здібностей, майстерному володінню думкою, словом, етичним вчинком в усіх сферах усної комунікації.

Процес формування професійної культури економічного мовлення складається з таких основних компонентів:

- Засвоєння професійної лексики і термінології економічного фаху;
- прищеплення студентам навичок роботи зі словниками, довідниками;
- формування вмінь сприймання, відтворювання і створення фахових текстів різних видів і стилів;
- моделювання мовленнєвих ситуацій, які виникатимуть у майбутній професійній діяльності;
- боротьба з мовленнєвою неохайністю.

Щоб оволодіти цими навичками, слід засвоїти основні поняття таких дисциплін, як стилістика, риторика, мовознавство, історія мови, лінгвістика тексту, книгознавство, термінознавство і таке інше, усвідомити провідні принципи культури користування українською мовою.

Список літератури:-

1. Кравчук О., Клішова О. Культура мовлення – одна з ознак справжнього українця //Педагогіка і психологія професійної освіти – Львів, 1998. – № 4. – С. 77-86
2. Сергєєва Л.М. Розвиток комунікативної культури на уроках основ менеджменту у вищому професійному училищі // Професійна освіта: теорія і практика – Харків: ХОУМЦ, 1998. – № 1-2 (7-8). – С. 92 -100.

Наук. кер. – Переломова О.С., доц.