

quered») to Bruce Forsyth greeting fans with «nice to see you, to see you nice» (The Guardian, 04.06.2023).

Выражение *alea iacta est* ‘жребий брошен’ используется для обозначения того, что принято важное решение, и возврата назад уже нет. Наиболее часто встречается в цитатах Юлия Цезаря, которому и принадлежит данное выражение, например: *It was Caesar who, according to his Roman biographer Suetonius, said «iacta alea est» – the die is cast – on the banks of the Rubicon* (The Guardian, 27.06.2023); *«Alea iacta est», as Caesar said. There was no going back, even when that girly swot David Cameron had threatened to fuck me up* (The Guardian, 08.10.2024).

Выражение *in vino veritas* ‘истина в вине’ подразумевает, что под воздействием алкоголя люди часто говорят правду, например: *In a Westminster world of lies, Dorries lets slip accidental truths even while all around her try to conceal them. In vino veritas* (The Guardian, 12.06.2022).

Заключение. Таким образом, исследование латинских крылатых выражений в современных печатных СМИ Великобритании подчеркивает их значимость и важность. Эти выражения, укоренившиеся в языке и культуре, служат не только для связи между прошлым и настоящим, но и отражают богатство интеллектуальной традиции. Их использование в журналистике показывает, как авторы стремятся к точности и глубине, а также к созданию многослойного контекста для читателя. Таким образом, латинские крылатые выражения превращаются в нечто большее, чем просто элемент языка. Они становятся значимым культурным явлением, оказывающим влияние на общественное мнение и помогающим осознавать современные проблемы. Дальнейшие исследования данного явления могут позволить намного лучше и глубже понять взаимодействие языка, культуры и общества в быстро меняющемся мире современных медиа.

1. Филимонова, Г.В. Латинский язык – «бессмертная» часть мировой культуры / Г.В. Филимонова, А.М. Мельникова // Культурология и искусствоведение : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь : Зебра, 2015. – С. 1–6.

ЗАПАЗЫЧАНЫЯ НАЗВЫ НОВЫХ ПРАФЕСІЙ У СФЕРЫ ЭКАНОМІКІ І БІЗНЕСУ

Шаўчанка З.В.,

*студэнтка 3 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь
Навуковы кіраўнік – Дзядова А.С., канд. філал. навук, дацэнт*

Ключавыя словы: бізнес, запазычаныя словы, лексічная адзінка, неалагізмы, эканоміка, семантыка.

Неалагізмы з’яўляюцца неад’емнай часткай любой мовы. Узнікненне новых слоў адбываецца пастаянна і бесперапынна з мэтай забяспечыць у мове патрэбы людзей для абазначэння новых паняццяў, якія з’яўляюцца

ў выніку развіцця сацыяльных адносін, культуры, навукі і тэхнікі, інфармацыйных і камп'ютарных тэхналогій. Як заўважае расійская даследчыца Л.С. Абросімава, «менавіта дзякуючы здольнасці чалавека ствараць новыя лексічныя адзінкі, мова застаецца рухомай, мабільнай сістэмай, якая неадкладна рэагуе на ўсе змены ў жыцці чалавека і грамадства» [1, с. 108].

У сферы эканомікі неалагізмы займаюць асабліва важную ролю, бо адлюстроўваюць новыя тэхналогіі, канцэпцыі і тэндэнцыі ў свеце фінансаў і бізнесу. Сучаснае грамадства знаходзіцца ў руху і пастаянных зменах, выкліканых хуткім тэмпам тэхналагічнага развіцця і глабалізацыяй эканомікі. Гэтыя фактары прыводзяць да з'яўлення новых прафесій у сферы эканомікі і бізнесу, якія раней былі немагчымыя, невядомыя ці незапатрабаваныя. *Актуальнасць* нашага даследавання тлумачыцца тым, што вывучэнне неалагізмаў ў эканамічнай лексіцы дазваляе зразумець, як змяняецца структура мовы пад уздзеяннем зменлівых рэалій і патрэб грамадства.

Мэта даследавання – вызначыць асаблівасці семантыкі, паходжання і функцыянавання запазычаных назваў новых прафесій ў сферы сучаснай эканомікі і бізнесу.

Матэрыял і метады. Матэрыялам даследавання паслужыў «Слоўнік новых запазычаных слоў беларускай мовы» В.І. Уласевіч, Н.М. Даўгулевіч (2023 г.) [2]. У ходзе даследавання выкарыстаны апісальна-класіфікацыйны метады, а таксама метады сістэмнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. У працэсе аналізу тэматычнай групы запазычаных назваў новых прафесій са сферы эканомікі і бізнесу былі вылучаны наступныя лексіка-семантычныя групы неалагізмаў:

1. Найменні спецыялістаў па кіраванні брэндамі і продажах прадукцыі. Напрыклад, **аўтадылер** ‘гандлёвы агент, пасрэднік пры набыцці аўтамабіля’: *Аўтадылеры ў Беларусі з 18 студзеня 2012 года павысілі цэны на легкавыя і лёгкія камерцыйныя аўтамабілі* [2, с. 17]; **аўтсорсер** ‘пастаўшчык паслуг аўтсорсінгу’: *Кампанія Accenture – самы буйны аўтсорсер у свеце. Гэта 500 тысяч аналітыкаў, праграмістаў, тэсціроўшчыкаў і іншых адмыслоўцаў у галіне ІТ* [2, с. 17]; **драншыпер** ‘рознічны прадавец (звычайна ў інтэрнэт-магазіне), які ажыццяўляе продаж тавараў са склада вытворцы або аптовага прадаўца’ [2, с. 48]. У гэтую групу ўвайшлі таксама такія лексічныя адзінкі, як **баер** ‘спецыяліст, які набывае для кампаніі тавары з мэтай далейшага продажу’, **брэнд-менеджар** ‘спецыяліст, які кіруе брэндамі і ўсімі працэсамі, звязанымі з імі’, **мерчендайзер** ‘асоба, якая займаецца прасоўваннем і прэзентацыяй тавара ў розных пунктах продажу’ і інш.

2. Назвы спецыялістаў, якія займаюцца аналізам, кансультаваннем і планаваннем у сферы эканомікі і бізнесу. Напрыклад, **аўдытар** ‘інспектар, які правярае стан фінансава-гаспадарчай дзейнасці прадпрыемстваў, арганізацый і пад. на аснове кантракта, заключанага

з кіраўніцтвам гэтай кампаніі»: ...*прыватызацыя расійскай эканомікі не адпавядала закону ні ў адным з правяраных аўдытарамі выпадкаў, сцвярджае нямецкая газета Die Welt* [2, с. 16]; **бізнес-аналітык** ‘спецыяліст, які аналізуе працэсы, што адбываюцца ў бізнесе, і выпрацоўвае прапановы па іх аптымізацыі’: *Выпускнікі атрымаюць кваліфікацыю «Праграміст. Бізнес-аналітык»* [2, с. 24], а таксама складаныя па сваёй структуры найменні тыпу **бізнес-кансультант** ‘спецыяліст, які дае экспертныя кансультацыі ці аказвае паслугі ў пэўнай галіне бізнесу (электронная бяспека, менеджмент і інш.)’, **маркетынг-дырэктар** ‘карпаратыўны кіраўнік вышэйшага звяна, адказны за кіраванне маркетынгавай дзейнасцю ў арганізацыі’.

3. Лексічныя адзінкі, якія называюць спецыялістаў па крыптавалюце і продажы каштоўных папер. Напрыклад, **дылер** ‘юрыдычная або фізічная асоба, якая з’яўляецца членам фондавай біржы і выконвае аперацыі з каштоўнымі паперамі’: ... *дылеры гэтае чарговае аслабленне пазіцый амерыканскай валюты звязалі з чуткамі аб банкруцтве аднаго з буйных амерыканскіх інвестыцыйных фондаў* [2, с. 50]; **майнер** ‘асоба, якая займаецца майнінгам’: *Біткойны ствараюцца з дапамогай майнінгу – рашэння нейкай складанай крыптазадачы метадам поўнага перабору* [2, с. 82]; **брокер** ‘асоба або фірма, якая спецыялізуецца на пасрэдніцкіх біржавых аперацыях за плату ў форме пэўнага працэнта ад сумы здзелкі’: *Кампаніі De Backer Pallets прысвоены статус брокера ААТ «Беларуская ўніверсальная таварная біржа» ў Бельгіі* [2, с. 30]. У разгледжаную лексіка-семантычную групу ўваходзяць таксама такія запазычаныя назвы новых прафесій, як **маклер** ‘гандлёвы пасрэднік’ і **трэйдар** ‘інвестар, чалавек, які займаецца гандлем (акцый, валюты, індэксных фондаў на анлайн-рынках’ і інш.).

4. Найменні спецыялістаў па продажах і прыцягненні сродкаў для арганізацый і праектаў. Напрыклад, **вендар** ‘фізічная або юрыдычныя асоба, якая прасоўвае і пастаўляе тавары пад уласнай гандлёвай маркай (брэндам)’: *Зарэгістраваны таксама сусветны вендар з Ізраіля, які спецыялізуецца на сеткавай бяспецы – «Чэк Пойнт Софтвэр Тэчналоджыс Белрус»* [2, с. 36]; **медыяселер** ‘асоба або кампанія, якія займаюцца продажам рэкламнай прасторы і рэкламнага часу’: *Медыяселер – пасрэднік, які ў сродках масавай інфармацыі прадае месца для рэкламы буйным рэкламным агенцтвам* [2, с. 87]; **фандрайзер** ‘асоба, якая займаецца фандрайзінгам; спецыяліст па прыцягненні сродкаў у некамерцыйную арганізацыю’: *Паўстае пытанне...аб адпаведных спецыялістах...: пакуль у даведніках, што рэгламентуюць пасады ва ўстановах культуры, няма назваў «куратар», «фандрайзер», толькі пачынаюць з’яўляцца маркеталагі і менеджары...* [2, с. 150] і інш.

5. Лексічныя адзінкі, што служаць для абазначэння іншых прафесій. Напрыклад, **дывеланер** ‘асоба ці фірма, што займаецца развіццём

і якасным пераўтварэннем нерухомасці з мэтай атрымання прыбытку на розніцы ў яе кошце': *Дзейнасць дывелапера заключаецца ў наступным: ён заказвае праект, набывае ці бярэ ў арэнду ўчастак зямлі, «прывязвае» праект да ўчастка, узгадняе падвядзенне ўсіх камунікацый, будуе аб'ект, напрыклад, вялікі офісны будынак* [2, с. 49]; **букмекер** 'юрыдычная асоба (работнік спецыяльнай установы), а таксама прадпрымальнік, якія прымаюць грашовыя стаўкі і выплачваюць выйгрышы': *Баі праходзяць у спецыяльных памяшканнях – лаодзізы, у літровых акварыумах, прычым з усімі атрыбутамі, якія спадарожнічаюць падобнага роду відовішчам: букмекерамі, стаўкамі і гледачамі, якія крычаць* [2, с. 32] і інш..

Большасць даследаваных неалагізмаў, якія прыйшлі на беларускамоўную глебу ў апошні час, паходзіць з англійскай мовы, што сведчыць аб глабалізацыі эканамічнай сферы, напрыклад: **баер** (ад англ. *bayer*), **вендар** (ад англ. *vendor*). Даволі частотнымі паводле свайго функцыянавання з'яўляюцца лексічныя адзінкі, запазычаныя з нямецкай мовы, напрыклад: **маклер** (ад ням. *makler*). Адзінкавым выпадкам прадстаўлена запазычанне складанага слова з дзвюх моў адначасова: **бізнес-кансультант** (ад англ. *business* – справа, занятак і лац. *incubo* – выседжваю 'асоба, якая дае кансультацыі ў сферы бізнесу').

Заклучэнне. Такім чынам, сфера эканомікі і бізнесу з'яўляецца надзвычай цікавай і адначасова багатай крыніцай узнікнення неалагізмаў. Яна валодае асаблівай спецыфікай, якая ўплывае на развіццё мовы, у прыватнасці, яе тэрміналагічнай сістэмы. Праведзенае даследаванне сведчыць пра тое, што запазычванне новых назваў прафесій з'яўляецца важным моўным працэсам, які адлюстроўвае змены ў грамадстве і сферы працоўных адносін у сучасным соцыуме.

Як сведчыць даследаваны моўны матэрыял, найбольшая колькасць зафіксаваных намінацый з'яўляецца словамі, запазычанымі з англійскай мовы. Іх утварэнне адбылося, як правіла, з дапамогай афіксацыі, якая з'яўляецца ўласцівай для мовы-рэцыпіента. На сёння пакуль гэтыя запазычанні з'яўляюцца зразумелымі вузкаму колу людзей і выкарыстоўваюцца пераважна тымі, хто з'яўляецца спецыялістам або мае дачыненне да сферы эканомікі ці бізнес-працэсаў.

1. Абросимова, Л.С. Неологизмы как фактор изменения языковой картины мира / Л.С. Абросимова // Вопросы когнитивной лингвистики: научно-теоретический журнал. – Тамбов, 2011. – 110 с.

2. Уласевіч, В.І. Слоўнік новых запазычаных слоў беларускай мовы / В.І. Уласевіч, Н.М. Даўгулевіч. – Мінск : Беларусь, 2023. – 175 с.