

більші труднощі для всіх носіїв німецької мови.

Зараз у всіх німецькомовних країнах, як і в країнах, де проживають німецькомовні національні меншини, а також там, де німецька мова поширена як предмет вивчення у школах та вищих навчальних закладах, відбувається перехід на нову систему орфографії. Із боку Німеччини всім зацікавленим країнам надається необхідна методична допомога, розсилаються орфографічні словники і довідники, книжки з повним текстом реформи німецької орфографії [2].

Безумовно, наважуючись на реформування орфографії, що існувала в німецькій мові близько 100 років, автори керувались найкращими міркуваннями: покращити німецьку орфографію з урахуванням вже накопичених проблем, щоб відповідати завданням в області культури німецької мови на її сучасному етапі. Проте навряд чи реформа спростила німецьку граматику, швидше навпаки.

Вивчаючи німецьку мову протягом трьох років, я помітила зміну правил орфографії, співставляючи посібники та підручники старих видань з виданнями сьогодення. Також помітне введення нової орфографії і в періодичних виданнях. Наприклад, написання сполучника *dass*, написання іменників у складі словосполучень з великої літери, спрощення правил поділу на склади при перенесенні слова у кінці рядка та інші. На мою думку, ці зміни ще довго будуть вносити труднощі у написання, особливо для тих, хто не є носієм мови, а вивчає її. Тому необхідно уважно слідкувати за правилами орфографії.

Література

1. <http://www.college.ru/articles.html>
2. <http://www.lingvsc.ru/orpho.html>
3. http://www.polyglots.ru/articles/gunnemark_reading.htm

Воробйова С.Г.

*Полтавський державний педагогічний університет імені В.Г.Короленка
Науковий керівник – ст. викл. Шкарупа Н.С.*

Electronic Mail Etiquette

With the proliferation of computers and electronic communication, questions arise regarding proper etiquette for electronic mail. Here are some aspects to consider when composing, sending and replying to e-mail messages. When you send email to someone, **you are** addressing another person **directly** as if you were calling them on the phone or writing them a letter. Thus the following should **always** be done when sending email:

1. **Always** include a **short** subject field in your mail message
2. **Always** include a salutation to the person to whom you are writing (i.e. *Hi Joe*, or *Dear Frank*, etc.)
3. **Always** nicely space the text of your message.
4. **Never** type more than about 70 characters per line of message text before hitting a return. Don't be a novelist. Messages should be concise and to the point. Think of it as a telephone conversation, except you are typing instead of speaking. Nobody has ever won a Pulitzer Prize for a telephone conversation nor will they win one for an e-mail message. Its also important to remember that some people receive hundreds of e-mail messages a day (yes, there are such people), so the last thing they want to see is a message from someone who thinks he/she is the next Dickens.
5. **Always sign your name** after the text of your email message
6. **Always** include relevant information after your name (phone number, email address, postal address, organization, etc.)
7. This information would depend on how well you know the person, or what they might need to know to contact you, etc.
8. **BEFORE** you send your message, **read over your message**, correct spelling and/or grammar, and **make sure** that your message
 - a) **clearly** specifies *what you are talking about* and
 - b) provides **all necessary** information that the person will need in order to sensibly respond to you
9. You may send almost any kind of electronic mail you wish so long as you know your recipient will not be offended.
10. You may not send SPAM, solicitations, or any other forms of "junk" mail. That sort of mail violates not only polite conduct, but also many long established electronic mail rules.
11. You may not send chain letters of any kind.

12. If you are ever unsure about sending a particular message it is probably best not to send it.

13. Abbreviations. Abbreviation usage is quite rampant with e-mail. In the quest to save keystrokes, users have traded clarity for confusion (unless you understand the abbreviations). I would recommend that you use abbreviations that are already common to the English language, such as FYI (For Your Information) and BTW (By The Way) or ASAP (As Soon As Possible). Beyond that, you run the risk of confusing your recipient. **Here are the commonly used abbreviations:**

AFAIK = As Far As I Know

AFK = Away From the Keyboard (to let someone know you stepped away for a moment while live chatting)

FYA = For Your Amusement

IMO = In My Opinion

IMHO = In My Humble Opinion

IMNSHO = In My Not So Humble Opinion

IOW = In Other Words

LOL = Laughing Out Loud

OTOH = On The Other Hand

ROFL = Rolling On The Floor Laughing

ROFLOL = Rolling On The Floor Laughing Out Loud

TIA = Thanks In Advance (used to thank someone up front when you ask for help with something)

TPTB = The Powers That Be

TTFN = Ta Ta For Now

WYSIWYG = What You See Is What You Get

<g> = small grin

<G> = big grin

<VBG> = Very Big Grin

<ggg> = giggling [1, c. 67].

14. Smiles. Part of the nature of a good one-on-one conversation is the use of visual cues. How important are facial expressions and body gestures to a conversation? A simple eye movement can mean the difference between “yes” and “YES”. What about auditory cues? The results are the same.

Since there are no visual or auditory cues with e-mail, users have come up with something called “smiles”. They are simple strings of characters that are interspersed in the e-mail text to convey the writer’s emotions (cues). The most common example is:-). Turn your head to the left and you should see a happy face (the colon are the eyes, the dash is the nose and the parentheses is the mouth).

Here are some examples:

:-) Smiley face

;-) Wink (light sarcasm)

:-) Crying

:-* Kiss

;-| Indifference

:-D Shock or surprise

:-(Frown (anger or displeasure)

:-Q Smoker

:-@ Scream

:-O Yell

:-{} Wears lipstick [5, c. 87]

Remember that the recipient of your email messages may not know you or your style of speaking and will not be reading your tone of voice nor any nonverbal cues you might give, **he or she will only be reading your words**. Experience has shown that misunderstandings occur when electronic mail is sent with little regard for how it will be read. Sometimes, the use of a computer “smile” can help you emphasize that a particular thing you are saying is meant to be taken humorously or sarcastically [4, c. 98].

In summary, e-mail is a powerful communication tool and an effective means of gaining visibility, if it is used properly. The above guidelines should help you better realize the benefits of e-mail.

References

1. Tubbs S., Moss S. Human communication. – NY.; Sydney, 1991. – 250 p.
2. Бабич Н.Д. Основи культури мовлення. – Львів, 1990. – 190 с.
3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М., 2000. – 202 с.
4. Лихачева Л.С. Школа этикета: поучения на всякий случай. – Екатеринбург, 1995. – 448 с.
5. Ягер Д. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. – М.: “Джон Уайли энд Санз”, 1994. – 288 с.

Гаврильєва К.Г.

*Полтавський державний педагогічний університет імені В.Г.Короленка
Науковий керівник – к. філол. н., доц. Алефіренко Л.Б.*

Словотвірна валентність вербальних та субстантивних основ у процесі творення ад’єктивних суфіксальних дериватів

Проблема творення нових слів, його механізм та структурні елементи, що беруть у цьому участь, та й узагалі сам словотвір як предмет лінгвістичного вивчення цікавлять мовознавців різних країн уже давно. Та лише починаючи з другої половини ХХ століття гостро постає питання про необхідність виділення словотвору в окремий аспект мовознавчої науки. Саме в цей час створюється ряд праць, у яких уточнюється статус дериватології серед інших лінгвістичних дисциплін [1;2;3;4].