



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
"ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ"

# СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЗАПИСКИ

---

---

Серія "Філологічна"

Випуск 4

Острого – 2011

УДК: 81.161.2+  
81.111  
ББК: 81.2 Укр.+  
81.2 Англ.  
Н 34

*Рекомендовано до друку  
засіданням ради факультету романо-германських мов  
Національного університету “Острозька академія”  
(протокол № 5 від 23 лютого 2011 року).*

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

**Ковальчук І. В.**, кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри індоевропейських мов;

**Коцюк Л. М.**, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської мови та літератури;

**Новоселецька С. В.**, кандидат психологічних наук, доцент, декан факультету романо-германських мов.

**Студентські наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острозька академія. – Вип. 4. – 2011. – 236 с.**

У збірнику містяться студентські статті, присвячені проблемам мовознавства, перекладознавства, літературознавства та лінгвосоціокультурним аспектам комунікації. Збірник рекомендується студентам-філологам та всім, хто цікавиться філологічною наукою.

© Видавництво Національного університету  
“Острозька академія”, 2011

*Бережницька Христина Богданівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ЯК СВОЄРІДНИЙ ЗАСІБ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЯВИЩ БУТТЯ**

Лінгвістичні та соціолінгвістичні питання, пов'язані з розвитком, збагаченням словникового складу завжди були в центрі уваги мовознавців. Дослідження цих питань дає змогу зрозуміти тенденції розвитку мови, висвітлити проблему «Мова та її середовище». Актуальність дослідження лексико-семантичних особливостей молодіжного сленгу англійської мови не викликає сумніву, оскільки це дає нам змогу розширити наші знання про молодіжну субкультуру.

Проблемою вивчення сленгу займалися такі вчені: Е. Партрідж, С. Б. Флекснер, В. Фріман, М. М. Маковський, Менкен, А. Баррере, Ч. Леланд, І. Р. Гальперін, В. Дж. Бурк, В. А. Хомяков, І. В. Арнольд, Т. А. Соловійова та багато інших. Кожен з них досліджував термін «сленг» як такий і певні його особливості. У словниках Хоттена, Бауманна, в статтях вітчизняних дослідників сленга дається довгий список бібліографії; існує чудова праця-довідник Берка, з котрої можна взяти ряд висловлень про сленг письменників та літераторів тощо. Однак сленг розглядався переважно в ракурсі лексико-стилістичних характеристик до кінця першої половини ХХ-го ст. [1: 55] На увагу заслуговує той факт, що окремі дослідники ще з кінця ХVІІІ-го ст. звернули увагу на найрізноманітніші вияви соціальної природи сленгу (наприклад, функціонування в обмежених соціоконтекстах) [3: 321], саме в ХХ-му ст. було виділено суттєвий аспект цієї лексики – соціальний [2: 27].

Сленг є засобом маркування приналежності мовця до певної соціальної групи. Інакше кажучи, сленг – це мовний засіб виокремлення маленької групи у великому суспільстві. Водночас відділяючись від одних і наближаючись до інших, людина певним чином самовиражається [7].

Окрім цього, літературна мова чи діалект часто не надають можливості висловити думку стисло та емоційно. Привабливість сленгу полягає в тому, що його іноді дещо грубувата лексика дозволяє нада-

ти мовленню експресивного забарвлення. Це особливо суттєво для молоді.

Молодіжна мова відображає нестійкий культурно-мовний стан суспільства, що балансує на грані літературної мови та жаргону [2: 28].

Сленг - поняття дуже широке відносно причин і мотивів його використання. У живому, розмовному мовленні продукування і використання молодіжного сленгу в цілому стимулюються:

- 1) невдоволенням традиційними словами і виразами;
- 2) зіткненням з новими обставинами, для яких наявний лексикон виявляється бідним;
- 3) прагненням вразити суспільство;
- 4) бажанням “правдивого, непідробного” спілкування;
- 5) бажанням досягти певного комічного ефекту;
- 6) бажанням створити певний стилістичний ефект за допомогою яскравості та експресивності сленгу.

До того ж, дуже часто на позначення нового предмета або поняття мовець не знаходить лексеми в літературній мові та її діалектах. У цьому випадку використовується сленгова лексика або звичні механізми сленгового словотвору. Щоправда, як вже зазначалося, є одна необхідна умова для виникнення чи функціонування слова саме як сленгізму: цим поняттям має оперувати тільки певна соціальна група – користувачі сленгу, адже якщо це поняття або предмет увійде до побуту усього суспільства, слово стане нормативним і адаптується в літературній мові.

Два продуктивних префікси, нещодавно зафіксовані у студентському сленгу англійської мови, – це мега “велика кількість” і перма “тимчасово”. Префікс мега (з грецьк. “великий”) давно утвердився в англійській мові, особливо при творенні наукової термінології (megabyte, megapixel), а в студентському сленгу цей префікс вільно поєднується із звичайними словами (megabucks, megastar, megapenny, megablast, megahit, megarich, megadual, megafirm). Perma можна спостерігати в таких словах, як permatan, permafried, permatrouble, permaparty [5: 507].

В області словотворення найбільш типовою рисою англійського і американського сленгу є перетворення ряду повнозначних слів на напівсуфікси. Так, слово rat використовується як напівсуфікс із значенням “людина, що захоплюється певною діяльністю”: beach rat, pool rat, gym rat, rink rat, surf rat, mall rat, market rat, party rat, football rat [4: 208]. Слово busting перетворилося на напівсуфікс із значенням “той, що контролює, домінує”: home-busting, prison-busting,

class-busting, team-busting, ball-busting, gang-busting, opinion-busting, business-busting, model-busting [6: 64].

Таким чином молодіжний сленг є одним із джерел поповнення лексичного складу мови та одним з елементів культури суспільства. Мовні процеси, що відбуваються в молодіжному слензі допомагають відслідковувати мовні зміни в соціальному контексті. Формування лексики молодіжного сленгу відбувається за рахунок джерел властивих мові взагалі. Афіксальний спосіб творення нової лексики у молодіжному слензі відіграє досить важливу роль у формуванні сленгу, як відображенню молодіжної субкультури.

### **Список літератури:**

1. Лапова Е.В. О молодежном жаргоне // Русский язык. – Минск: МГПИИЯ им. М.Тореза, 1990. - №10. - С.54-59
2. Пиркало С.В. Сленг: ненормативно, але нормально // Урок української. – К.: Наук. думка, - 2002. - №2. - С.26-28.
3. Федорова Л.Л. Современная молодежная речь: норма или антинорма. – М.: Просвещение, 2002. - 321с.
4. Bradley H. Slang // The Encyclopedia. Britannica. - 13th edition. - London: The Britannica, Inc. Vol. 25. - P. 207-210.
5. Dalzell T., Victor T. The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional Language. London: / Ed. by The Taylor & Francis e-Library. - 2007. - 740p.
6. Drake G.F. The Social Hole of Slang // Language: Social Psychological Perspectives / Ed. by H. Goles. - Oxford: Pergamon Press, 1980. - P. 63-70.
7. <http://www.philology.ru>

*Бабчанік Рита Вікторівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИХОВАНОГО ЗМІСТУ ГАЗЕТНОГО ТЕКСТУ

Вже протягом багатьох десятиліть одним з найактуальніших питань дослідження мови є розкриття її змістової таємниці. Яким чином люди використовують мову для того чи іншого впливу на оточуючих та на середовище. Адже так часто завдяки мовним інструментам мовці можуть навіть самі того не усвідомлюючи координально змінити думку того чи іншого опонента.

Для того, щоб якомога чіткіше уявити функціонування та значення таких мовних явищ відкрито чимало лінгвістичних методів для її дослідження. Нас зацікавив метод фреймового аналізу, за допомогою якого можна відкрити багато змістовно-психологічних рис розмовного та письмового тексту.

Для того, щоб чіткіше відобразити функціонування такого методу було проведено дослідження на англomовних статтях газети «The Day», які були присвячені темі розвитку Національного університету «Острозька Академія».

Ми не випадково обрали для застосування фреймової методики газетний дискурс. Все більше і більше уваги лінгвісти приділяють саме когнітивному напрямку розвитку комунікативного процесу. Одним з таких є саме засоби масової інформації, які можуть вважатися на сьогоднішній день одним з найпоширеніших засобів інформування людей.

В основі теорії фреймів лежить гіпотеза про те, що світоглядні знання формуються за певними сценаріями про фіксований набір стереотипних ситуацій і можуть бути описані як результат заповнення рамок, або фреймів. Стереотипність фрейму полегшує не лише збереження інформації, а й пізнання нової, позаяк розум, як зазначає М. Мінський [7: 289]. Намагаючись пізнати нову для себе ситуацію, індивід обирає із своєї пам'яті потрібний фрейм із таким розрахунком, щоб шляхом зміни в ньому окремих деталей зробити його придатним для розуміння ширшого класу явищ або процесів [2: 368].

Фреймовий наліз проводиться згідно перебігу певних етапів. Дотримання послідовності етапів може гарантувати найдостовірніший результат дослідження. На першому етапі повинні зафіксувати всі слова, які вербально виражені іменниками. На другому етапі групуємо усі іменники на відповідні категорії. Ці категорії – є результатом узагальнення, категоризації та систематизації дійсності, що дає змогу розглядати їх як фрейми. На третьому етапі аналізуємо кількість слів, які представлені в кожній категорії, що власне і є фреймами. На четвертому етапі виділяємо найчастотніші слова кожної категорії та визначаємо їхній коефіцієнт частотності (FQ) [3: 69-73]. Виділення представлених у кожному фреймі найчастотніших слів дає змогу побудувати сценарій досліджуваного тексту. Дії передбачені сценарієм виконуються в залежності від обставин.

Для прикладу, візьмемо другу за найбільшою кількістю слів категорію *люди*. Фреймовий простір категорії заповнений такими найчастотнішими прототипами як *students, professor, member, rec-tor*. Цікавим є те, що фрейм людей представлений поняттям, яким притаманні предметно-образні властивості, натомість, психологічні конструкти характеризуються великим ступенем абстрактності. Цей факт, вочевидь, пов'язаний із аналітичністю англійської мови, що відбивається на зміст категорій. Фреймовий аналіз дає можливість побачити справжню картину цінностей відображених у категорії люди. Вже з найбільш частотнішого слоту *students* можна зробити не тільки загальні, але й глибинно індивідуальні висновки. Слід зазначити, що багато статей опрацьовуються та пишуться після інтерв'ю з тими ж студентами, ректором або з людьми, які беруть активну участь в житті академії. Та, оскільки, слово *students* повторюється найчастіше тоді можемо припустити, що здебільшого студенти спілкуються з газетою «The Day». Це свідчить про вагомий внесок студентів в розвиток освітнього життя академії. Також після проведеного аналізу чітко зрозуміло, що на першому місці в університеті є студенти та все, що їх стосується. Звичайно такі дані підтверджують правду та всі щирі наміри керівництва університету (слот *professors* посідає друге місце за частотністю). Оскільки воно робить все для того, щоб студенти «Острозької академії» мали всі можливості для повноцінного навчання та приймали активну участь не тільки в розвитку академії, але й у відносинах з іншими вищими навчальними закладами. Так, наприклад, з досліджуваного тексту дізнаємось, що одним з ключових прототипів категорії *люди* є слот *member*. Тобто, це і є доказом того, що студенти є учасниками різноманітних науко-

вих заходів, програм та всіх інших подій, які пов'язані з активною участю. Також слід зазначити, що одним з ключових прототипів є слово *rector*. Який логічно завершує просторовий сценарій подій. Оскільки, без засновника університету важко можна було б собі уявити навіть якусь частину всіх тих подій та процесів, які тут відбуваються. Слово ректор згадується к кожній досліджуваній статті. Це підтверджує той факт, що Ігор Демидович Пасічник, ректор університету, є вочевидь найдостойнішим звання героя України. Ця відданна та відчайдушна людина – вірець для майбутнього покоління. Завдяки йому Національний університет «Острозька академія» не тільки стрімко розвивається, та стає на вищі міжнародні щаблі, але має напрочуд приємну та по особливому гармонійну атмосферу.

Отже, запропонований метод фреймового аналізу газетного тексту дає змогу змоделювати уявлення і бачення як журналістів газети «The Day», так і наміри та цілі розвитку університету та його місця на світовій освітній арені. Також, після проведеного аналізу статей чітко бачимо ту ситуативну картину, яку хотів відобразити автор керуючись фреймувальним процесом викладу думок. В свою чергу використовуючи фреймову методику дослідження тексту дізнаємось багато корисної інформації про реалізацію життя та розвитку Національного університету «Острозька академія».

### **Список літератури:**

1. Засекіна Л. В. Структурно-функціональна організація інтелекту особистості: дис... д-ра психол. наук: 19.00.01 / Національний ун-т “Острозька академія”. — Острог, 2006. — Бібліогр.: С. 366-396.
2. Засекіна Л. В. Методологія психолінгвістичних досліджень // Вісн. Харків. Нац. ун-ту, 2001. - №520. - Вип. 3 .- С.69 – 73.
3. Минский М. Фреймы для представления знаний.—М.: Энергия, 1979.



**Беднарчик Роман Миколайович,**  
*Національний університет “Острозька академія”*

## ГАЗЕТНИЙ ТЕКСТ В МЕДІАЛІНГВІСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Невпинний розвиток інформаційних технологій та все більш виразні тенденції загальносвітової інтеграції призвели до розширення культурно-комунікаційного простору. Зокрема, зростання ролі засобів масової інформації у житті суспільства та їх динамічний розвиток мали результатом виникнення єдиного інформаційного простору з безперервним потоком даних.

На сучасному етапі розвитку науки існує значна кількість праць, присвячених дослідженню газетних текстів саме як різновиду газетно-публіцистичного стилю, зокрема праці В. Мороховського та І. Арнольд. Збільшення ролі текстів ЗМІ загалом змусило науковців переглянути традиційну диференціацію функціональних стилів мови та почати сприймати мову ЗМІ як окремий стиль [8], а процеси, які відбувалися у сфері масової комунікації вимагали окремих підходів вивчення. Це і викликало необхідність становлення нової підгалузі мовознавчих наук, яка б займалася суто вивченням текстів ЗМІ – медіалінгвістики, а разом з нею і виникнення нового виду тексту – медіатексту.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі газетних текстів у системі мови і суспільстві та необхідністю вироблення нового підходу до поняття газетного, який відрізняється від традиційних підходів.

Метою статті є виділення основних рис газетних текстів в системі медіалінгвістики.

Мета статті передбачає виконання таких завдань:

1. дати визначення поняття медіалінгвістики та виділити її основні структурні елементи;
2. проаналізувати стильову диференціацію текстів ЗМІ;
3. зазначити основні параметри характеристики газетного тексту як різновиду медіатексту.

У російській мовознавчій науці термін “медіалінгвістика” з’явився порівняно недавно. Вперше його вжила у 2000 р. Т. Г. До-

бросклонська. За її визначенням предметом медіалінгвістики “є вивчення функціонування мови в сфері масової комунікації” [6: 9]. Ще одне визначення медіалінгвістики знаходимо у Е.Ф. Балашової: “Медіалінгвістика розглядає медіатекст як багатошарове, багаторівневе семіотичне явище, яке реалізується в діалогічному поєднанні мовних та медійних ознак” [3: 78].

З визначень видно, що характерними складовими медіалінгвістики є поняття масової комунікації та медіатексту. Поняття “масова комунікація” як сфера для досліджень медіалінгвістики з точки зору філології поділяється на дві частини: масову інформацію та інформатику [10: 5]. Безперечно, що медіатекст, як предмет медіалінгвістики розглядається саме в рамках масової інформації.

Під “текстом масової комунікації” або ж “медіатекстом” ми розуміємо “українське складне формально-змістовне явище, якому споконвічно притаманна нелінійна будова та спосіб існування, а також передусім об’ємна, багатошарова, іноді лабіринтоподібна структура, що одночасно поєднує вербальну та аудіовізуальну частини” [1].

Сьогодні у лінгвістиці не існує окремого стилю, до складу якого б входили тексти масової комунікації. Більшість вчених відносять медіатексти до газетно-публіцистичного стилю. Окрім газетно-публіцистичного проф. Мороховський виділяє ще чотири основних функціональні стилі англійської мови: офіційно-діловий, науковий, літературно-розмовний, фамільярно-розмовний [9: 247]. Однак, на нашу думку, такий підхід поділу на функціональні стилі у сьогоднішній лінгвістичній науці повинен бути переглянутий саме через зміну ролі медіатекстів. Потрібно зауважити, що термін “газетно-публіцистичний стиль” спочатку використовувався лише для охарактеризування таких медіатекстів як газетні. Сьогодні ж газетно-публіцистичний стиль охоплює усі види медіатекстів, починаючи з газетних і закінчуючи текстами, які звучать із телеекранів. Крім цього, оскільки збільшилася різноманітність медіатекстів, то, відповідно, збільшився і загальний обсяг їх обороту, а разом з тим роль текстів масової комунікації у суспільстві та у мові також зросла. Це в свою чергу викликає необхідність виокремлення цілком нового та самостійного стилю – стилю текстів масової комунікації.

В такому контексті найбільш вдалим поділ на функціональні стилі знаходимо у В. Наєра. Вчений вважає, що функціональні стилі існують в межах трьох сфер: сфери професійно-ділової комунікації, сфери масової комунікації та сфери художньої комунікації, які він називає мегастилями і протиставляє макростилям (функціональним

стилям). Серед макростилів вчений виділяє три, які, на його думку, є найважливішими у розвитку сучасної англійської мови: "...це стиль художньої літератури, науковий стиль та стиль газети. Особливо потрібно відзначити останній. Подібно до того як масова комунікація поглинає інші сфери, так само і газетний стиль, будучи її найважливішим різновидом, сильно впливає на інші стилі" [8: 11].

Таке виокремлення газетного тексту як окремого та головного стилю поряд з іншими типами медіатекстів не є випадковим. Газетні тексти є найдавнішим видом медіатексту, в якому були закладені основні стилістичні та лінгвістичні підвалини, які з розвитком технологій і виникненням нових видів ЗМІ стали в основі будь-якого тексту масової комунікації. Крім цього, газетні тексти набагато легше досліджувати, ніж відео- чи аудіозаписи. Саме такі два критерії дають можливість розглядати "мову газети, особливо газетні тексти інформаційного спрямування, як базовий компонент мови ЗМІ взагалі" [5: 30].

Газетний текст як один із компонентів масової комунікації спрямований на широке коло читачів. Такий соціальний характер газети передбачає, що читачі повинні бути ознайомлені з певним екстралінгвістичним контекстом [7: 125]. За умови відсутності у читачів такого контексту виникає можливість неправильного розуміння тексту або взагалі його нерозуміння. Щоб не допустити цього, зміст медіатекстів ґрунтується на знаннях загального характеру, за рахунок чого читачі одержують інформацію про події у формі так званих сценаріїв [4: 128]. Отже, газетний текст передбачає двосторонню взаємодію: з одного боку від читача вимагається мати фонові знання, а з іншого – від газети очікується використання загальнозрозумілих сценаріїв та загальнодоступних засобів для вираження цих сценаріїв.

Газетний текст, як один із різновидів медіатексту, виходить поза межі традиційного тексту. Тому критерії, за якими аналізується медіатекст, так само відрізняються від критеріїв аналізу звичайного тексту. Це означає, що для аналізу медіатекстів недостатнім буде використання традиційних методів аналізу на фонологічному, морфологічному, синтаксичному чи семантичному рівнях. "...перш за все тексти масової комунікації потрібно аналізувати з точки зору їх власної структурної організації..." [4: 112]. Крім цього, медіатекст «виходить за рамки знакової системи вербального рівня, наближаючись до семіотичного пояснення поняття «текст», яке передбачає послідовність будь-яких, а не лише вербальних знаків» [5: 11].

Сьогодні серед вчених існують різні думки вже щодо самого визначення поняття газетного тексту. З одного боку, газетний текст, як різновид текстів масової комунікації “принципово не є стійким культурним продуктом, який саме своєю усталеністю й тривалою соціальною, духовною затребуваністю здатний утримуватися в культурі та утримувати, рухати здійснювати її» [1]. З іншого боку, газетний текст характеризується як такий, в якому «...відчувається деякий консервативізм, відданість правилам хорошого стилю...» [10: 8]. Безперечно, що обидві думки мають право на існування. Адже внаслідок нестримного розвитку науки та техніки виникають все нові слова, внаслідок певних подій появляється нові вирази (метафори, порівняння тощо), які найшвидше доходять до реципієнта саме через ЗМІ. Крім цього, оскільки одним із найважливіших критеріїв газетного тексту є економія місця, це викликає пошук все нових і нових структур, які б були стислими але й змістовними, в результаті чого в газетних текстах відбуваються зміни. З іншого боку, використання в газетах сталих фраз(кліше) та використання відносно сталої структури є ознаками консервативізму.

Саме через таку контрверсійність підходів до визначення поняття “газетний текст” одним із найважливіших завдань теорії медіалінгвістики є встановлення критеріїв, за якими можна було б визначити основні характеристики медіатекстів загалом та їх різновидів зокрема. З цього приводу Т. Г. Добросклонська зазначає, що існує шість критеріїв для опису текстів масової комунікації: спосіб утворення медіатексту, форма створення, форма відтворення, канал розповсюдження, функціонально-жанровий тип тексту і тематична домінанта. Застосування цих критеріїв до газетних текстів, як різновидів текстів масової комунікації, дозволяє виділити їх характерні особливості в системі медіалінгвістики:

1. за способом утворення газетні тексти поділяються на авторські та колегіальні;
2. за формою створення – письмові;
3. за формою відтворення – письмові;
4. газетні тексти мають два канали розповсюдження: друковані засоби та Інтернет;
5. виділяють 4 функціонально-жанрові типи газетних текстів: новини, коментарі, публіцистика та реклама;
6. в газетах уся інформація поділена за тематичними домінантами – медіатопіками [6: 11].

Незважаючи на все більш зростаючу роль текстів масової кому-

нікації у сучасній лінгвістичній науці вони все ще диференціюються не як окремих стиль мови, а як різновид публіцистичного стилю. Поява нової лінгвістичної науки – медіалінгвістики – значно розширила сферу та інструментарій мовознавців при дослідженні медіатекстів та стала причиною виникнення нового підходу, в рамках якого у статті здійснено аналіз газетного тексту.

### Список літератури:

1. Шестакова Е. Г. Про парадоксальну сутність тексту масової комунікації [Електронний ресурс] / Е. Г. Шестакова. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr\\_sk/2010\\_1/files/SC110\\_11.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2010_1/files/SC110_11.pdf)
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд ; ред П. Е. Бухаркин. – М. : Флинта, Наука, 2002. – 384 с.
3. Балашова Е. Ф. Англоязычные медиатексты в контексте интерактивных примов обучения / Е. Ф. Балашова // Вестник МГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – М. : МГУ. – 2009. – Вип. 3. – С.77-83.
4. Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк : пер. с англ./сост. В. В. Петрова; под. ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 312с.
5. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Електронний ресурс] / Т. Г. Добросклонская. – Режим доступу: [http://www.ffl.msu.ru/img/pages/File/nauka/publications/Dobrosklonskaya\\_Medialingvistika\\_posobie\\_08.doc](http://www.ffl.msu.ru/img/pages/File/nauka/publications/Dobrosklonskaya_Medialingvistika_posobie_08.doc)
6. Добросклонская Т. Г. Что такое медиалингвистика? / Т. Г. добросклонская // Вестник МГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – М. : МГУ. – 2004. – Вип. 2. – С. 9-17.
7. Луканина М. В. Газетный текст через призму теории коммуникации / М. В. Луканина // Вестник МГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – М. : МГУ. – 2003. – Вип. 2. – С.123-133.
8. Наер В. Л. К описанию функционально-стилевой системы современного англ. языка. / В. Л. Наер // Вопросы дифференциации и интеграции Лингвостилистические особенности научного текста / Отв. ред. М. Я. Цивиллинг. М. : Наука, 1981. – С.3-13.
9. Стилистика английского языка : Учебник. / [Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В.]. – К. : Вища школа, 1991. – 272 с.
10. Чекалина Е. М. Язык современной французской прессы (лексико-семантические аспекты) / Е. М. Чекалина. – Ленинград: Изд-во Ленинград. ун-та, 1991. – 168с.

**Бондар Інна Володимирівна**

*Національний університет “Острозька академія”*

## **ЗДІЙСНЕННЯ РЕГУЛЮЮЧОЇ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ НА СТАРШОМУ ЕТАПІ ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОЇ СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ**

Процес навчання іноземних мов спрямований на формування навичок та розвиток умінь спілкування. Навички та вміння входять до підструктури соціально досвіду, яку відомий психолог К. К. Платонов називає індивідуальною культурою. Для успішного навчання учнів діалогічного мовлення важливо здійснювати індивідуальний підхід до учнів і врахувати їхній рівень володіння діалогічним мовленням. З цією метою використовується регулююча індивідуалізація [2: 250].

Для здійснення експериментальної перевірки ефективності індивідуального підходу у навчанні діалогічного мовлення у 10А та 10Б класах Острозького обласного ліцею-інтернату з посиленою військово-фізичною підготовкою ми здійснили поділ учнів за рівнем володіння діалогічним мовленням й за результатами цього поділу застосовували регулюючу індивідуалізацію. Серед учнів було виділено дві підгрупи – з достатнім та недостатнім рівнем володіння діалогічним мовленням. При навчанні діалогічного мовлення учнів цих груп було застосовано індивідуальний підхід: для учнів з недостатнім рівнем знань пропонувалися опори – картинки, підстановчі таблиці, схеми, заготовлені фрази для обов’язкового їх використання в мовленні, а учнів з достатнім рівнем знань надавалися індивідуальні завдання, ролі, теми ситуацій, де вони мають змогу повністю проявити себе. Керуючись методикою навчання діалогічного мовлення за «індуктивною» стратегією ми розробили систему вправ, що склалися з трьох основних етапів [1: 7]. На початковому етапі відбувалася презентація матеріалу (вправи запитання – відповіді, імітативні, трансформаційні та на підстановку). Режим праці на цьому етапі – «вчитель – учень», «учень – вчитель», «фонограма -

учень», «учень – фонограма», «учень – учень». На середньому етапі мала місце практика навичок діалогічного мовлення та сформованих вмій, для учнів із недостатнім рівнем діалогічного мовлення пропонуємо різні види опор. На завершальному етапі робота учнів носила самостійний характер.

Вважається, що вміння будувати діалог є запорукою успішного використання набутих знань на практиці, проте нами було помічено, що для багатьох учнів публічне спілкування іноземною мовою в тому числі перед класом пов'язане з хвилюванням. Саме тому важливим стало створення позитивної та дружньої атмосфери на уроці.

Отже, на основі проведення відповідної дослідницької роботи ми прийшли до висновку, що на старшому етапі загальноосвітньої середньої школи при навчанні діалогічного мовлення важливим є здійснення регулюючої індивідуалізації, що забезпечує успішне засвоєння іншомовного діалогічного спілкування.

#### **Список літератури:**

1. Кіріченко В. Р. Навчання діалогічного мовлення на уроках англійської мови/В.Р.Кузьменко // Англійська мова та література. — К. : Ленвіт, 2003.— № 3.— С. 3–10.
2. Ніколаєва С.Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах/ Ніколаєв С.Ю.; ред. К.І.Онищенко – К. : Ленвіт, 2002. – 327 с.

**Бондар Оксана Василівна,**  
*Національний університет “Острозька академія”*

## ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДИСКУРС» У ЛІНГВІСТИЧНІЙ НАУЦІ

У контексті розвитку лінгвістичної науки важливим є питання коректної інтерпретації тексту, намірів мовця та мовленнєвих засобів досягнення поставлених цілей. Неоднозначність науковців у трактуванні поняття “дискурс” дещо ускладнює правильне його розуміння.

**Актуальність** даного дослідження виражається потребою систематизувати підходи до вивчення дискурсу та необхідністю їх об’єднання для наведення одного чіткого визначення цього терміну для подальшого його використання у трактуванні текстів.

**Мета** дослідження полягає у класифікації підходів різних науковців до визначення дискурсу та досягається за допомогою наступних завдань:

1. Ознайомитись з короткою історією становлення дискурсології.
2. Розглянути основні позиції науковців, що займаються проблемою дефініції дискурсу.
3. Вивчити головні лінгвістичні функції дискурсу.
4. Класифікувати визначення дискурсу, опираючись на структуру, функції та взаємодію його форм .

На сьогодні немає одного загальноприйнятого визначення терміну “дискурс”, оскільки багатофункціональність цього терміну не дає змоги виокремити чіткі аспекти підходів до нього. Дискурсологія вважається міждисциплінарною наукою, що розширює сфери вживання терміну “дискурс ” далеко поза межі лінгвістики.

Ще з часів Древнього Риму під словом “дискурс ” розуміли розмови. Спочатку під цим мались на увазі лише розмови вчених, а згодом – і ширшого кола комунікантів.

Історія дослідження дискурсу наукою розпочалася в 20-хх роках ХХст., коли Л.Щерба вжив термін “складне синтаксичне ціле”, описуючи єдине комплексне висловлення, що поєднує в собі різні види синтаксичного зв’язку між компонентами (сурядність, підрядність, відокремлення, вставні конструкції) [6: 2].



В кінці 50-хх років дискурс став предметом безпосередніх лінгвістичних досліджень. У 1952 році З. Харріс, описуючи мову реклами, вперше вжив термін “дискурс” [5: 10].

У 1970-хх, з виникненням лінгвістики тексту, термін “дискурс” набув більшого поширення, вживаючись у значенні функціонального стилю.

Зараз дискурс є одним з найбільш досліджуваних напрямків світової лінгвістики. У цій сфері працюють такі науковці як Е. Бенвеніст, Т. ван Дейк, В. Борботько, Д. Мамалига, Г. Почепцов, К. Серажим, О. Духнич, І. Бутова.

Дебора Шифрін виділяє три основних підходу до визначення дискурсу. Згідно цієї позиції подані далі дефініції поділені на три групи.

Перший підхід здійснюється з точки зору формально або структурно орієнтованої лінгвістики та розглядає дискурс як мову, вищу за рівень словосполучення або речення. Тут дискурс розуміється або як складова частина тексту, або повністю ототожнюється з ним.

Так, Н.Д. Арутюнова характеризує дискурс як зв’язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними та іншими факторами, мовлення, розглянуте як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і в механізмах їхньої свідомості.

В. О. Звєгінцев розуміє дискурс як елементарну одиницю тексту, тобто складне ціле або змістовну єдність, що вирізняється на рівні мови і, як правило реалізується у вигляді речень, пов’язаних між собою смисловими зв’язками.

Б. А. Зільберт стверджує, що текст – одиниця мовлення, явище системи комунікації, тобто явище соціально-мовленнєвого рівня. Фактично, текст ототожнюється з дискурсом і розглядається як комунікативна одиниця, де мовні елементи і структури використовуються для реалізації певних комунікативних цілей, задач і установок.

О. Т. Ішмуратов ототожнює дискурс з певним видом тексту. Так, дискурс – це текст, який містить міркування, тобто текст, в якому фіксується певний хід думки, а комунікативний дискурс – це текст, що містить взаємозалежні судження деяких суб’єктів.

Англійські дослідники Р. Ходж та Дж. Кресс розглядають текст і дискурс як такі, що доповнюють один одного, акцентуючи при цьому або соціальний, або мовний рівень.

У своїй праці “Деякі аспекти вивчення мови політики” С. Дроздова будує чітку формулу дискурсу, де складовими дискурсу є підмова, текст та контекст [1: 5].

Другий підхід подає функціональне визначення дискурсу як різноманітне використання мови.

Так, дискурс характеризують використання мови для досягнення певних поставлених цілей, або способів мовлення, яки надає значення певному життєвому досвіду на основі набутого досвіду.

Т.М. Ніколаєва визначає дискурс, як функціональний стиль мовлення.

Також дискурс тлумачиться як соціолінгвістична структура, яка твориться адресатом у конкретних комунікативних, соціальних та прагматичних ситуаціях.

На мотивованість дискурсу вказує В. Кох, на думку якого дискурс – це “будь який текст, в якому є ознаки одного й того ж конкретного мотиву [3: 3].

Дискурс за Т. ван Дейком, - це складна комунікативна подія, суттєва складова соціокультурної взаємодії, характерні риси якої – інтереси, цілі та стилі.

Третій підхід є схожим до другого, і характеризує дискурс як висловлення, враховуючи взаємодію форм та функцій.

Дискурс також розуміється як текст, представлений у вигляді особливої соціальної даності і утворений в результаті мовленнєвої діяльності представників певної лінгвокультурної спільноти, який розглядається у сукупності його лінгвістичних параметрів та соціокультурного контексту.

Аналізуючи дискурс, виділяються такі його аспекти: мовленнєвий та комунікативний, а також його дискурсивність.

Мовленнєвий аспект дискурсу регулюється правилами міжфразового синтаксису, що включає прономінальну співвіднесеність, форицичні зв'язки, узгодження часів, функціональну перспективу, пресупозитивну залежність та ін., котрі допускаючи варіювання, відносно жорстко обумовлені особливостями граматичної будови конкретної мови, характером дискурсивної залежності того чи іншого елемента і канонами побудови певного типу тексту.

Комунікативний дискурс - текст, що містить взаємозалежні роздуми кількох суб'єктів.

Що стосується дискурсивності, то це логічна послідовність у рамках аристотелівської логіки. Якщо ж говорити більш конкретно, то це логічно обумовлена думка, тобто суворий перехід від одного твердження до іншого, що прослідковується у мисленні за допомогою логічних правил, що має за мету послідовне і систематичне розгортання думки.

Функції дискурсу можна звести до наступних:

1. Дискурс є формою вираження, наслідком і базою для побудови знання в певній епосі або культурі.

2. Дискурс формує особистості, надаючи певних рис їх ідентичності, не вказуючи її конкретно.

3. Дискурс створює і реалізує соціальні відносини, визначаючи напрямки можливого перебігу розмови.

4. Дискурс створює можливості для нарації.

5. Дискурс керує мовою, спрямовуючи її на вживання висловлювань, прийнятих у тому чи іншому контексті.

Отже, у процесі дослідження було вивчено дефініції, характеристики дискурсу, його роль у процесі комунікації та розглянуто підходи до його трактування згідно його структури та мети використання.

#### **Список літератури:**

1. Дроздова С. А. Некоторые аспекты изучения языка политики [Електронний ресурс]: [http://elib.crimea.edu/index.php?option=com\\_content&task=view&id=51](http://elib.crimea.edu/index.php?option=com_content&task=view&id=51)

2. Духнич Ольга. Дискурс и нарратив: вводная лекция [Електронний ресурс]: <http://olga.psycom.info/182/>.

3. Милевская Т. Дискурс и текст: проблема дефиниции [Електронний ресурс]: <http://www.teneta.ru/rus/me/milevskat-discourseandtextdfn.htm>.

4. Руднев Ю. Концепция дискурса как элемента литературоведческого метаязыка [Електронний ресурс]:

5. [http://www.zhelty-dom.narod.ru/literature/txt/discours\\_jr.htm](http://www.zhelty-dom.narod.ru/literature/txt/discours_jr.htm).

6. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архетоніка, варіативність: монографія / Серажим К.С. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2002 р. – С. 10-31.

7. Степанов Ю. С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности [Електронний ресурс]: <http://abuss.narod.ru/Biblio/stepanov.htm>.

**Бондаренко Ніна Миколаївна,**

*Кам'янець-Подільський Національний університет імені Івана Огієнка*

## **PODSTAWOWE WARUNKI KOMUNIKACYJNEJ FUNKCJI EDUKACJI POLONISTYCZNEJ W SZKOLE**

Jednym z głównych zadań języka polskiego było i jest kształcenie kompetencji językowych uczniów. We współczesnej polonistyce szkolnej przeważają dwa główne modele procesu postępowania dydaktycznego. Historycznie pierwszy – kognitywny, zorientowany na poznawania wiedzy i jemu przeciwstawny – “akognitywny”, którego celem jest kształcenie praktycznych sprawności.

“Akognitywna” dydaktyka kształceniowa znajduje głębokie uzasadnienie w pracach wielu wybitnych dydaktyw i polonistów (L.Bandura, A.Szulc, S.Jedynak). Istotnym warunkiem tworzenia kompetencji komunikacyjnych młodzieży szkolnej jest odejście od historycznej dydaktyki wiedzy i zastąpienie jej dydaktyką kształcenia sprawności. Dydaktyka “akognitywna” nie neguje sensu zdobywania wiedzy, lecz zakłada dobre zrozumienie jej istoty w celu kształcenia autonomicznych sprawności.

Nadrzędne zadanie dydaktyki “akognitywnej” – jak można stwierdzić w wielu opracowaniach – nie polega tylko na gruntownym zrozumieniu wyselekcjonowanych składników wiedzy, lecz na ich wykorzystaniu do kształcenia sprawności, a wśród nich umiejętności komunikacyjnych na poziomie niezbędnym do skutecznego porozumiewania się i osiągnięcia celów życiowych [1: 170-174, 2: 18].

W procesie kreowania werbalnych sprawności komunikacyjnych, poza etapami przyswojenia i zrozumienia wybranego komunikatu, następuje zawsze etap zasadniczy czyli wielokrotne stosowanie konkretnego składnika wiedzy w zróżnicowanych ćwiczeniach praktycznych. Jest to główna część każdej jednostki dydaktycznej, typowej dla dydaktyki kształcenia sprawności. Jeśli chodzi o poszerzenie słownika i usprawnienie posługiwania się wyrazem, potrzebne są następujące ćwiczenia: *gromadzenie wyrazów, wyrażeń i zwrotów bliskoznacznych; dobieranie wyrazów najtrafniejszych; formułowanie omówień (peryfraz); gromadzenie i dobieranie przymiotników charakteryzujących*

*i oceniających; dobieranie przysłówków i wyrażeń przyimkowych jako określeń czasowników; gromadzenie wyrazów i wyrażeń wskazujących na stosunki czasowe i przestrzenne; nazywanie rzeczy, czynności, cech, pojęć, prostych przejawów życia psychicznego; zapoznawanie ze znaczeniem wyrazu łącznie z poznaniem jego ortografii [3: 51].*

Fazą końcową jest oczywiście ewaluacja, nie samych jednak wiadomości, jak to zwykle realizuje dydaktyka kognitywna, lecz wysokie notownia otrzymują indywidualne umiejętności praktycznego stosowania wiedzy.

W dydaktyce kształcenia preferencje otrzymują tzw. cele operacyjne, które nadają ćwiczeniowo-czynnościowy charakter lekcjom, a wychowanka sytuują w funkcji podmiotu ćwiczącego się w kształceniu sprawności. Sytuacja dydaktyczna, w jakiej znajduje się każdy wychowanek, jest istotnym warunkiem osiągnięcia celów i zadań językowo-komunikacyjnych [4: 104-110].

Warunkiem, bez którego nie może nastąpić upodmiotowienie uczniów w procesie kształcenia jest posiadanie asertywnej postawy przez nauczyciela polonistę – człowieka, który broni własnych poglądów, potrafi wyrazić “nie” wobec nieakceptowanych i takiej postawy uczy i oczekuje od swoich wychowanków.

Podsumowując, można stwierdzić, że każdy z przedstawionych warunków jest istotnym czynnikiem w procesie kształcenia kompetencji komunikacyjnych dzieci i młodzieży szkolnej lecz rola najbardziej odpowiedzialna przypada nauczycielowi.

#### **Список літератури:**

1. Kruszewski K. Kierowanie kształtowaniem się wartości, [w:] Kruszewski K. (red.) Sztuka nauczania. Czynności nauczyciela, Warszawa PWN, 1995, s.170-174.
2. Malutka Z. Metody samokształcenia, Warszawa, WsiP, 1983, s.18.
3. Nagajowa M. Jak uczyć języka polskiego w klasach 4-6, Warszawa WsiP, 1995, s.51.
4. Uryga Z. Godziny polskiego. Z zagadnień kształcenia literackiego, Warszawa-Kraków, PWN, 1996, s. 104-110.

*Борецька Вікторія Федорівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЧАСТОТИ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВЖИВАННЯ ВИСЛОВЛЕНЬ-ЕКСПРЕСИВІВ У МОВЛЕННІ УКРАЇНЦІВ ТА АМЕРИКАНЦІВ

Вживання висловлень-вибачень та висловлень-подяк як одних з ключових детермінантів культури та обізнаності мовленнєвої особистості знаходяться під впливом багатьох факторів. Ці формули етикету насамперед залежать від ментальності особистості, що належить до певної національності та є показником національних особливостей. Звісно, вживання висловлювань-вибачень та подяк варіюється відповідно до аспектів статі, віку та соціального статусу [1].

Дослідження має за мету визначення відмінностей у частоті та особливостях вживання формул етикету, зокрема висловлень-вибачень та висловлень-подяки, на міжнародному рівні. Тобто, дослідження проводить аналіз діалогічного мовлення, що виконує іллокутивну функцію вибачення чи подяки, з одного боку представників української національності, а з іншого – американської.

Дослідження підтвердило, що соціальна диференціація є одним із важливих факторів, які впливають на мовленнєву особистість та її поведінку. Так, наприклад, у порівнянні мовлення американських та українських представників вищого прошарку суспільства, прослідковується значна відмінність.

У випадках вживання висловлень-вибачень та висловлень-подяки українцями, що належать до вищого прошарку суспільства, найбільш поширеними у діалогічному мовленні виявились наступні експресиви:

- **Вибач(те)!** та його похідні.
- **Прошу (Вашого) вибачення!**
- **Дякую!**
- **«надзвичайно/ щиро вдячний»**
- **Спасибі!**

Представники вищого соціального статусу американської культури проявили значну активність у використанні формул ввічливості, зокрема висловлень-вибачень та висловлень-подяки. Дослідження виявило, що часте вживання обох видів експресивів доведено до автоматизму та використовується на усіх рівнях відносин.

Отже, до списку найчастіше вживаних провідною американською спільнотою іллокутивних мовленнєвих актів експресивів належать:

- **I apologize!**
- **Pardon (me)**
- **Sorry!** та **Excuse me!**
- **Forgive me**

Підсумовуючи результати дослідження вживання вибачень та подяки українськими та американськими представниками вищого соціального статусу, робимо висновок, що частота вживання та різноманітність вибору формул ввічливості українцями вищого прошарку суспільства набагато менша, аніж їх використання американцями.

Проте, протилежна тенденція простежується у представників нижчого соціального статусу. Дослідження виявило, що представники української нації з рівнем забезпеченості нижчим від середнього є показниками ввічливості та мовленнєвого етикету, що можна було прослідкувати під час проведення спостереження. Незважаючи на положення в рамках суспільства, українці вживають висловлення-вибачення та висловлення-подяки на значно вищому рівні, ніж представники американської культури нижчого класу. Останнє є наслідком значних зміщень у структурі українського суспільства, де середній клас (його потенційна основа) опинився у статусі нижчого. Основною складовою нижчого класу американського суспільства є злочинці та жебраки, використання правил етикету для яких не має особливого сенсу [3: 5].

Отож, варто зазначити, які саме висловлення-вибачення та подяки найчастіше використовувалися представниками нижчого класу української та американської нації. Спершу розглянемо результати спостереження у контексті українського народу. Так як вживання формул ввічливості у діалогічному мовленні було досить частим, використовувались наступні приклади експресивів:

- **Перепрошую**
- **Вибач(те)** та **Пробач(те)**
- **Даруйте (даруй), даруйте на слові**
- **Простіть (прости).**

Широко вживаними у мовленні представників нижчого соціального статусу України, як показали результати дослідження, виявились і висловлення-подяки.

• **Дякую і спасибі.** У мовленні спасибі часто поєднується з прикметниками *щире, велике, сердечне*.

Подяка – соціальна мовленнєва поведінка, яка віддзеркалює у висловленні почуття вдячності адресатові за певну послугу, допомогу. Формули соціального етикету подяки жорстко не регламентовані: вибір відповідної формули залежить від ситуації спілкування, емоційного настрою адресанта [4].

Спостереження визначило, певні варіанти формул ввічливості вибачення та подяки, які були використані представниками нижчого соціального статусу американців. Такими виявилися:

• **Sorry!** та похідне від нього **Soz**, яке, ставши популярним у мові Інтернету, поширилось і на повсякденне мовлення американців нижчого соціального статусу.

• **Excuse me!**

До списку вживаних висловлень-вибачень слід також додати і висловлення-подяки, які були зареєстровані під час проведення дослідження. До них належать наступні:

• **Thanks!**, що є пріоритетом над нейтральним **Thank you!** та широко використовується у діалогічному мовленні американців з метою подяки співрозмовнику. Сленговими варіантами вибачень, які траплялися під час проведення дослідження виявились такі фонологічні варіації, як **Thank’ya** та **Thankzoo**.

Отже, національність та соціальний статус як основні аспекти проведення дослідження, методикою якого є наукове спостереження, показали, що існують значні відмінності у вживанні формул етикету в діалогічному мовленні представників української та американської нації. Ця відмінність полягає у диференціації нижчого та вищого прошарків суспільства, що з соціолінгвістичної точки зору є одним з найсильніших факторів, що впливають на формування мовленнєвої особистості.

Загалом, дослідження дійшло до висновку, що вживання висловлень-вибачень та висловлень-подяки американцями вищого соціального статусу значно вище за частотою та різноманітніше за типологією, аніж вживання формул етикету українцями такого ж рівня в суспільстві.

Проте, як показали наступні спостереження, рівень використання висловлень-експресивів українцями нижчого соціального статусу



досить високий у порівнянні з вживанням вибачень та подяк представниками нижчого класу американської нації.

Дослідження, будучи спрямованим у сферу соціолінгвістики, надає можливість не лише спостерігати за процесами та явищами, що відбуваються всередині мовної системи, а й сприяє кращому розумінню та поясненню багатьох соціальних процесів у структурі суспільства [2].

#### **Список літератури:**

1. Радевич-Винницький Я.Н. Этикет и культура общения. – Львов: СПОЛОМ, 2001. – 223 с.
2. Wierzbicka A. Different Cultures, Different Languages, Different Speech Acts // Journal of Pragmatics. – 1985. – No 9. – 145-178 p.
3. Exploration in Social Inequality [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.trinity.edu/~mkearl/strat.html> - Назва з екрану.
4. Expressions of Thanks [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://michaellazar.wordpress.com/expressions-of-thanks/> - Назва з екрану.
5. Social Status in the United States [Електронний ресурс] – Режим доступу [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_class\\_in\\_the\\_United\\_States](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_class_in_the_United_States) - Назва з екрану.

**Веселова Надія Вікторівна,**

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## **ТЕХНОЛОГІЧНА ТА КОМЕРЦІЙНА НОМЕНКЛАТУРА У СКЛАДІ ГАЛУЗЕВОЇ ЛЕКСИКИ**

Номенклатурні одиниці в термінології харчування називають специфічні для даної галузі виробництва поняття, що вирізняють їх серед інших. Сучасні номенклатурні сполучення становлять лексичний шар найменувань кондитерських виробів, який об'єднує спеціальні мовні одиниці на позначення галузі матеріального виробництва, що створює нові й удосконалює вже відому продукцію сфери харчування. Окреслена галузева лексика може бути представлена у таких різновидах: власне термінологічні одиниці (печиво, цукерки, шоколад, суфле тощо) і термінологізовані номенклатурні сполучення (торт шоколадно-вафельний «Харківський сувенір», печиво «Марія»). Як видно з наведених прикладів, до складу останніх входять: 1) термін (класифікатор), який є родом по відношенню до номена; 2) власне номен (технологічне або комерційне ім'я кондитерського виробу), який є видом по відношенню до терміна-класифікатора і без якого він, як правило, не вживається.

Номен — це лексична одиниця, за допомогою якої називають предмет, який бачать й сприймають, з визначенням його місця в системі класифікації та співвіднесеності з іншими предметами.

Нами встановлено, що окремі групи слів усередині галузевої лексики характеризуються різним ступенем входження в загальний ужиток. Щодо аналізованої лексики, то терміни можна вважати як такі, що широко відомі, а номенклатурні одиниці, як правило, даються з активної загальноновживаної лексики, за винятком поодиноких випадків. Порівняймо: печиво «Горіхове» — цукерки «Рандеву»; шоколадні цукерки «Асорті» — цукерки «Канкан де Парі»; цукерки «Корівка-красуня» — цукерки «Шедевр Premio Bianco»; крекер «Хрустик» — цукерки «Мулен Руж де Парі»; торт шоколадно-вафельний «Полуниця» — печиво «Лавлі Шоко» тощо.

Відмінність між технологічними та комерційними номенами полягає в тому, що технологічні номені відбивають певний зв'язок з

поняттям (печиво цукрове із корицею та родзинками), а в комерційних номенів зв'язок із поняттям практично відсутній або втрачений (печиво «Приз», цукерки «Африканці в танці»). Досліджувана група термінологізованих номенклатурних сполучень підмови харчування може бути скласифікована за такими лексичними ознаками:

1) місцем вироблення продукту (торт «Харківський», цукерки «Карпати», цукерки «Київ вечірній», суфле «Рошен», цукерки «Слобожанщина»);

2) формою (цукерки «Стріла», цукерки «Футбол», крекер «Пасьянс»);

3) інгредієнтами виробу (цукерки «Вишня в шоколаді», цукерки «Курага з желе в шоколаді», цукерки «Казковий горішок», цукерки «Ліщина»);

4) безвідносна назва (шоколад «Президент», цукерки «Шпаки», цукерки «Могутній апельмен», цукерки «Ведмедик клишоногий»).

Формальним показником належності номена до розряду комерційних є лапки. Хоча бувають і винятки, коли технологічний номен має видову пару — з лапками і без них: Цитрусові дольки — цукерки «Цитрусові дольки», Вишня заспиртована у шоколаді — цукерки «Вишня в шоколаді» тощо. Комерційні номени виробів можуть легко переходити до об'єму поняття іншої речі, яке має з ним щось спільне, але належить до іншої понятійної системи (тканина «Муар» — цукерки «Муар» тощо).

Проведене дослідження свідчить на користь того, що номени треба вивчати у щільному зв'язку із загальноповживаною лексикою української мови. Це допоможе зрозуміти смислову природу найменувань, їхню роль як виразника галузевих та наукових понять. Проведений аналіз має сприяти з'ясуванню тенденцій у найменуванні виробів галузі харчування, дати поштовх до подальшого дослідження і розбудови української лексики спеціального призначення, зокрема галузевих найменувань на позначення кондитерських виробів, створенню галузевої довідкової літератури.

**Геник Мар'яна Василівна,**

*Кам'янець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка*

## КОМПАРАТИВНО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ВЕРБАЛІЗАТОРІВ «РАДОСТІ» В АНГЛОМОВНОМУ І ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ МЕНТАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

Одним з найактуальніших напрямків сучасної когнітивної лінгвістики є дослідження концептів, включаючи концепти емоцій (А.Д. Белова, А. Вежицька, С.А. Жаботинська, М. Красавський, О.С. Кубрякова, Г.Г. Слишкін, Й.А. Стернін, Р.М. Фрумкіна, L. Barsalou, Z. Kovenses, G. Lakoff, R. Langacker та ін.).

Емоційні концепти мають особливе значення і цінність для створення емоційної картини світу, яка «малюється» за допомогою концепту як «згустку культури у свідомості людини» [1: 40] на стику кількох формотворчих пластів - культури, свідомості та мови.

На підставі даних, отриманих із тлумачних словників польської та англійської мов, ми представляємо наступні дані:

Концептуальне поле емоції *radість* в англійській мові: *pleasure - ecstasy - rapture - delight - bliss - felicity - triumph - happiness - excitement - exaltation - exultation - elation - enchantment - joy - joviality - thrill - enthusiasm - sunshine - glee - satisfaction - nirvana - admiration - gaiety - hilarity - merriment - mirth - enjoyment - gladness - contentment - gratification - amusement - cheer - liveliness - light-heartedness - self-fulfillment - schadenfreude - malice - delectation - jubilation*.

Концептуальне поле емоції *radість* в польській мові: *frajda, ubaw, uciecha, przyjemność, wesołość, szczęście, wesoły nastrój, triumf, satysfakcja*.

В результаті проведеного аналізу кількісне співвідношення досліджуваного матеріалу розподілилося наступним чином:

Базові емоційні концепти	Концептуальне поле польської мови	Концептуальне поле англійської мови
Радість	10	39

Зіставивши польську та англійську концептосфери, ми констатуємо кількісну перевагу концепту емоції радість в англійській мові порівняно з польською.

Відмінність результатів вербалізації емоцій, які виявляються при зіставленні англійської та польської мовних картин світу, свідчать про те, що головними у формуванні лінгвістичних категорій є не перцептивно-фізіологічні чинники, а фактори роботи колективної етнічної свідомості, що стосуються категоризації чуттєво сприйнятої інформації.

Англійська і польська мови по-різному диференціюють не тільки інтенсивність емоцій, але і їх якісну різницю. Польська мова пропонує меншу диференціацію емоційних концептів. Англійська мовна свідомість схильна до більшої деталізації або категоризації емоційної картини світу і, як наслідок, номінації різних відтінків емоцій.

Результати дослідження наочно демонструють різницю між культурами, що виникають внаслідок відмінностей в засобах виховання, а також в інших аспектах соціалізації. Таке членування дійсності є прямим відображенням тих чи інших культурно-етнічних домінант і розбіжності способів категоризації і, отже, концептуалізації емоції в англійській і польській мові.

Неповторність емоційної картини світу будь-якої мови стає очевидною на тлі вивчення іншої мови, іншої колективної свідомості, що ми й проілюстрували на лексичному матеріалі, представленому концептом емоції.

Отже, у підсумку варто зазначити, що результати мовної категоризації фрагментів об'єктивного світу можуть дати дуже важливу інформацію про національний характер і менталітет.

#### **Список літератури:**

1. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. – М., 1997 –838 с.
2. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English педагогований Sally Wehmeier, 6-те видання. – Oxford University Press, 2003. – 1540 с.
3. <http://pl.wiktionary.org/wiki/radość>

**Голодняк Мар’яна Миколаївна,**  
*ВНУ ім. Лесі Українки*

## СТРУКТУРА КОНЦЕПТОСФЕРИ КОХАННЯ В ПОЕЗІЇ ЕМІЛІ ДІКІНСОН

Будь-який поетичний текст – це картина світу, створена автором під впливом сукупності індивідуальних, історичних та культурних факторів. Елементами цієї картини світу є концепти – втілення індивідуально-авторського способу сприйняття навколишньої дійсності.

Підґрунтям дослідження концептосфери КОХАННЯ та її структури послужила теорія концептуального аналізу художнього твору, розроблена Л. Г. Бабенко [1: 60-67].

Концептосфера КОХАННЯ в поезії Емілі Дікінсон має наступну структуру:

1. **Ядро** концептосфери (узагальнена когнітивно-пропозиційна структура), що складається з таких позицій:

а) суб’єкт кохання (ХТО кохає), виражений словами *I, heart, you, she, we, wife, woman* з домінуванням першоособового займенника *I*;

б) об’єкт кохання (КОГО кохає), репрезентований наступними мовними одиницями: *you, he, father, Sir, husband, she, lad*;

в) предикат кохання, представлений дієсловом *to love* у різних часових та особових формах (*love, loved, shall love, loves, lovest*), а також семантично суміжними дієсловами *to feel, to forget, to remember, to hurt*;

г) атрибутивні параметри концептосфери КОХАННЯ (ЯКЕ кохання). Ключовими вербалізуючими одиницями цього параметру є прикметники: “величезне” (*Some striding - Giant - Love*), “несправедливе” (*how always wrong is Love*), “неземне” (*of heavenly Love - forgot*), “морське, земне, небесне” (*Love Marine and Love terrain / Love celestial too -*), “високе, глибоке” (*Love - thou art high - ... Love - thou are deep*), “солодке” (*“Because, Sir, love is sweet”*) [2] (всі приклади поезії цитуються за цим джерелом).

2. **Приядерна зона** концептосфери КОХАННЯ, яку формують найтиповіші лексичні репрезентації когнітивно-пропозиційної структури.

3. **Ближня периферія**, до якої належать різноманітні образні асоціації, пов'язані з концептом КОХАННЯ. Їх можна сформулювати наступним чином:

- кохання – це Бог (*If “God is Love” as he admits / We think that me must be*);

- кохання – це дар (*The Boon of all alive - ... / The name of it is love*);

- кохання – це біль (*To lack of it is Woe - / To own of it is Wound... / Because we love the Wound*);

- кохання – це протилежність життя (*That till I loved / I never lived - Enough*);

- кохання – це вічність (*Love - is anterior to Life - ; But Love's transmigration -*).

4. **Віддалена периферія**, до якої відносяться різноманітні емоційно-оцінювальні слововживання та стилістичні прийоми.

Лірична героїня поезії Емілі Дікінсон прирівнює кохання до одягу (*We outgrow of love, like other things / And put it in a Drawer -*), струмка (*Have you got a brook in your little heart*), прикраси (*I held a Jewel in my fingers*), матеріальної власності (*Than this great Purchaser suspect, / The Daily Own – of Love*).

Одним із типових стилістичних прийомів, що використовується для вербалізації коцептосфери КОХАННЯ у поезії Е. Дікінсон є перифраз. Наведемо приклади: *draught of life, brook of life, contract of a life, sweet debt of life, boon of all alive*.

Перспектива подальшого дослідження коцепту КОХАННЯ пов'язана з аналізом невербалізованих (імплікованих) номінацій даного концепту.

### Список літератури:

1. Бабенко Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: Учебник / Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 496 с.

2. The Complete Poems of Emily Dickinson / ed. by Thomas H. Johnson. – Boston: Little, Brown and Company, 1960. – 770 p.

*Гордасевич Віолетта Ігорівна,  
Національний університет “Острозька академія”*

## ОСОБЛИВОСТІ ЗНАЧЕННЯ ТА СПОСОБИ ТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У ГАЛУЗІ КОМП’ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Наприкінці ХХ – початку ХХІ століть у словниковому складі англійської мови відбулися значні кількісні та якісні зміни, спричинені бурхливим розвитком бізнесу, економічною глобалізацією, впровадженням сучасних інформаційних технологій. Ці зміни зумовили необхідність проведення комплексного аналізу процесів та явищ, які займають чільне місце в лексико-семантичній підсистемі англійської мови.

**Актуальність теми дослідження** зумовлена бурхливим розвитком всіх сторін життя суспільства та науково-технічним прогресом. Саме ці сфери життя є головними постачальниками нової лексики, причому комп’ютеризація соціального життя призводить до того, що багато неологізмів, які пов’язані з інформаційною революцією, належать одночасно сфері сучасної техніки, економіки, медицини та іншим сферам життя людського суспільства. Велика кількість нових слів приходить до вжитку щоденно, що призводить до необхідності їх вивчення та опису.

**Об’єктом дослідження** є вивчення використання нових слів та їх значень, які є наслідком науково-технічного прогресу.

**Предмет дослідження** – це особливості значення та способи творення неологізмів у галузі комп’ютерних технологій.

**Джерельна база.** Питанню еволюційних процесів у мові присвячено низку наукових праць, серед яких дослідження О.С.Кубрякової, Ю.О.Жлуктенка, М.Д.Степанової, Ю.А.Зацного та багатьох ін. Неологізми британського варіанту англійської мови різних періодів досліджено в дисертаціях Н.Г.Олексенка, Г.А.Міклашевської, Л.І.Хахам, Н.М. Леонтєвої, О.Н.Іванова. У американському варіанті англійської мови неологізми досліджували Т.А.Соловйова, Ю.В.Шувалова.

У дослідженні використовувалися наступні **методи** - метод системного підходу (дослідження неологізмів у сфері комп’ютерних технологій у сучасній англійській мові та варіація способів їх перекладу) та метод аналізу та синтезу – визначення часової конотації новизни неологізмів останніх десятиліть та способи їх творення.



Вплив сучасного етапу науково-технічного прогресу на словниковий склад англійської мови починається із самого позначення етапу інформаційної революції (*information revolution*), комп'ютерним, кібернетичним “циферним”, інформаційним віком або століттям (*computer age, cyberage, digital age, information age*), віком або ерою знань (*knowledgeage, knowledge era*) [1: 172].

На зміну індустріального століття прийшло століття інформаційне у зв'язку з впровадженням в усі сфери соціального життя інформаційної, особливо комп'ютерної техніки. Відбувається також сплеск попиту на так звані “сабноутбуки” (*subnotbooks*) – “суперпортативні” комп'ютери [3: 26].

Інформаційна революція супроводжується справжнім вибухом новотворень, пов'язаних з інформаційною технікою, а серед неологізмів 2005-2008 років такі слова та словосполучення складають третину всіх інновацій [2: 49].

Актуальною проблемою мовознавства є визначення способів утворення неологізмів у галузі комп'ютерних технологій та аналіз шляхів їх адекватного перекладу іншими мовами. Дослідження показує, що найбільш поширеним способом утворення термінів-неологізмів для позначення понять у галузі інформаційних технологій є надання нового значення вже існуючим лексичним одиницям. Приклади таких новоутворень є найчисельнішими:

- menu* - 1) a list of dishes available at a restaurant or to be served as a meal;
- 2) (computing) a list of possible actions from which a user can choose, displayed on a computer screen;
- application* - 1) the action or process of making a formal request;
- 2) the action or an instance of putting or spreading sth onto sth else;
- 3) the action or process of making a rule;
- 4) (computing) a program designed to perform a particular task for the user [4: 101].

Отже, дослідження використання неологізмів у комп'ютерній сфері, спричинених бурхливим розвитком науки і техніки, відкриває широкі можливості для подальшого розвитку і функціонування нових мовних одиниць у різних сферах науки на матеріалі різних природних мов.

### Список літератури:

1. Дополнительный русско-английский словарь. Новая лексика 90-х годов, - М., 1995.
2. The Longman Register of New Words, - М.1990.
3. Badger S. Bejzyk S. and others. Leksion of Terms and Concepts in Public Administration, Public Policy and Political Science. – Osnovy Publishers, Kyiv, 1998.
4. Quinion M. Turns of Phrase //http://www.worldwidewords.org/.

*Гребенюк Іванна Михайлівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ ПОЧУТТЯ ЛЮБОВІ

Любов як почуття завжди займала центральне місце в будь-якому суспільстві.

Тема любові є актуальною у будь-який час, так як почуття любові знайоме кожній людині і супроводжує її все життя. Різні аспекти кохання висвітлювалися в творах мистецтва, аналізувалися літературними критиками, мистецтвознавцями, культурологами, філософами, релігійними діячами.

До проблеми любові як соціального феномена підійшли психоаналітики З. Фройд, К. Юнг, Е. Фромм та інші. Любов – це не щаслива випадковість або скороминущий період життя, а мистецтво, яке вимагає від людини самовдосконалення, самовідданості, готовності до будь-якого вчинку і самопожертви. Еріх Фромм у своїй книзі «Мистецтво любові» пише: «Любов - не сентиментальне почуття, яке пережити може кожна людина незалежно від рівня досягнутої нею зрілості. Всі спроби любові приречені на невдачу, якщо людина не прагне більш активно розвивати свою особистість у цілому, щоб досягти продуктивної орієнтації; задоволення в любові не може бути досягнуто без здатності любити свого ближнього, без істинної людяності, відваги, віри і дисципліни».

У своїй роботі Фромм виділяє п'ять елементів, властивих кожному виду любові. Це відданість, турбота, відповідальність, повага і знання [3: 56].

Метою дослідження є виявити основні особливості вираження почуття любові. Говорячи про кохання, не варто забувати про те, що кожен процес, кожна ситуація і кожна річ складається з трьох компонентів: фізичного, психічного та енергетичного.

Так і любов поділяється на фізичний (це статевий інстинкт, потяг), психічний (емоції та почуття) та енергетичний (натхнення, прилив сил) компоненти. Говорити про справжнє кохання між чоловіком і жінкою можна в тому випадку, коли присутні всі три компоненти [2: 244].

Кожен автор розглядає психологію любові і описує кохання зі свого боку. У кожного кохання – своє, особливе, загадкове і невимовне. Різні люди по-різному виражають свої почуття. Деякі використовують різні лексичні засоби, крилаті вирази. Інші це роблять за допомогою героїчних вчинків, або одними лише поглядами. У кожних народів почуття любові висловлюється по-різному. Так наприклад, для англійців це почуття відіграє надзвичайно важливу роль у їхньому житті. З раннього дитинства священники та викладачі наполягають на різниці між love - любов духовна і її співзвучному слову lust - похоть, неначе одна виключає іншу. Тобто, для англійської ментальності є основним розрізнити цих два поняття. У житті американців для любові відводиться також особливе місце. Американець не сприймає жінку як слабке створіння. Він не одружується до тих пір, поки не створить базу для сім'ї, навіть якщо він палко закоханий у жінку [1: 137].

Отже, любов як різновид почуття є відіграє важливу роль у житті людини. Цей феномен досліджується науковцями різних сфер: філософами, психологами, лінгвістами, соціологами та іншими. Тема любові є актуальною у всі часи та у всіх народів. Для кожної людини вона є особливою, несхожою на будь-яку іншу.

#### **Список літератури:**

1. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий. – Саратов: Саратовский Государственный Технический Университет, 1998. – 268 с.
2. Куприянич Л.Л. Психология любви. - Донецк : Сталкер, 1998. – 410 с.
3. Фромм Э. *Искусство любви*. Минск: Полифакт, 1990. – 236 с.

*Гринчук Андрій Вікторович,  
Національний університет “Острозька академія”*

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “ДОБРО”

Постійно зростаючий інтерес науковців до сфери взаємозв’язків між мовною та культурною спадщинами народу є однією з основних передумов проведення даного дослідження. Варто зазначити, що ЛО є носіями унікальної інформації про народ, що сприяє у питанні глибокого пізнання національного менталітету, образного світосприйняття етносу, що є носієм мови, та сукупності цінностей останнього. Важливим є той факт, що ЛО, окрім суто предметної інформації, містять в собі й естетичну, яка допомагає процесам уяви і творчого мислення людини [2: 78]. Дослідженням даної теми займалися такі вчені як Вердиева З. Н., Вихованець І. Р., Левицький В. В. та інші.

**Мета дослідження** передбачає систематизацію ЛО, що пов’язані з поняттям добра і здійснення їх семантичного аналізу.

Для виконання даної наукової роботи нами були передбачені наступні **завдання**: систематизацію та опис ЛО, пов’язаних з поняттям добро; семантична характеристика досліджуваних ЛО та їх поглиблений аналіз.

Специфікою поняття добров англійській та українській мовах є те, що сутності, яким може бути приписана дана ознака, відповідають уявленням людини про універсальні еталони і норми [8: 136]. Отже, як показує мовний матеріал, в англійців поняття доброздебільшого збігається з українським. *Добро* – це моральна цінність, а кожна цінність слугує системою орієнтирів, що допомагають людині обрати найбільш раціональну поведінку в різноманітних життєвих ситуаціях, застерігають її від помилок, визначають правила стосунків. Тому лексико-семантичне поле *добро*, в якому виокремлюються інші мікрополя, що відображають морально-етичні норми, має саме оцінний та ціннісний характер. Більша кількість сем у ЛО англійської мови свідчить про те, що вони здатні відображати позначуваний об’єкт детальніше [2: 205]. Українські ЛО навпаки характеризуються конкретністю своїх значень, оскільки містять меншу кількість сем. Спільними семантично активними семами цих мікро-

полів є “добро”, “добрий” та “good” (n), “good” (adj.). В англійській мові крім того виокремлюється ще одна семантично активна сема “benefit”, яка не є активною в українській мові.

Отже, варто зазначити, що аналіз словникових дефініцій та встановлення системних відношень між одиницями поля виявили кількісні та якісні розбіжності лексико-семантичного поля *добро* в українській та англійській мовах. Більша кількість ЛО в англійській мові свідчить про те, що вони здатні відображати позначуваний об’єкт детальніше, ніж в українській мові.

Поняття *добро* належить до найважливіших категорій, які викликають особливий інтерес для дослідження національно-культурної специфіки певного етносу. Лексико-семантичне поле *добро* представлено загальнооцінними одиницями різних лексико-граматичних класів, які об’єднуються на підставі спільної семи “*добро*”. Польовий підхід дозволив розкрити системні зв’язки та ієрархічні відношення між одиницями у лексико-семантичному полі *добро*, встановити внутрішню системну будову поля досліджуваних мов, а також виділити їх спільні та відмінні риси.

#### Список літератури:

1. Антологія концептів / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – М. – Гнозис, 2007. – 512 с.
2. Апресян Р. Постижение добра. – М.: Мол. гвардія, 1986. – 207 с.
3. Вердиева З. Н. Семантические поля в современном английском языке. —М.:Высш.шк., 1986. – 120 с.
4. <http://www.askoxford.com/results/?view=searchresults&freesearchgood>
5. <http://www.ldoceonline.com/dictionary/happiness>
6. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/good>

*Грицюта Ольга Анатоліївна,  
НаУ «Острозька академія»*

## ПРОБЛЕМИ ВІДОБРАЖЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ СПЕЦИФІКИ ГУМОРУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

У вивченні іноземної мови важливим елементом є знання культури народу, мова якого вивчається. Культура народу є досить широким поняттям, що ще й досі не отримало чітко окреслених рамок визначення. Таким же є і поняття ментальності народу. Ментальність як особлива характеристика народу включає в себе дуже велику кількість елементів. Так, наприклад, англійська ментальність є широко дослідженою. Численні науковці виділяли риси характеру, притаманні цій нації. Англійців зближують спільні інтереси, які частіше пов'язані не з відпочинком, а з роботою. Англійський гумор є чимось інтимним, приватним, не призначеним для сторонніх. Він виявляється у напівпомітних натяках і усмішках, адресованих певному колу, яке здатне оцінити ці недомовки. Ось чому цей гумор здається нам чужим і незрозумілим. Його важко відчутти, прочитавши з сотню англійських анекдотів, або вивчивши мову. Його можливо досягнути, зрозумівши всю англійську ментальність, відчувши дух країни.

У своїй книзі “Англійський гумор” Джон Б. Прістлі вважає, що англійці жартівливі в думках і серйозні у відчуттях. Англієць поважає ваші думки, але абсолютно не цікавиться вашими відчуттями (Уїлфрід Лорієр) [1: 48]. Коли вони думають, вони не бояться бути жартівливими у думках. З іншого боку, англійці віддають перевагу бути серйозними у відчуттях, так як це їх особисте. Англієць не буде ридати над мелодрамою, він просто скаже «lovely» («мило»). А втратити контроль над собою, означає відкрити для всіх свій інтимний світ, який вони так ревно оберігають. Англійський гумор і представляє собою це вміння. Тому його головні характеристики недомовленість, здатність сміятися над собою, а також схильність ігнорувати неприємні сторони життя, часом викликати оптимізм, побудований на самообмані.

Часто, почувши англійський анекдот, ми не можемо зрозуміти його: «А де ж тут сміятись?». А причина цього в наступному:

- гра слів, коли одна і та ж фраза має два значення. Або значення слова невідоме;
- гумор має яку-небудь культурну передісторію (спирається на старий фільм, жарт гумористів та ін., які знає кожна людина, що виросла в цій країні);
- якість перекладу. Є речі, які неможливо дослівно перевести, тому їх потрібно замінювати своїми аналогічними жартами.

У суспільстві англійців існує багато заборон і норм поведінки, які обмежують людину. Звідси зайві напруги психіки: наприклад, треба бути завжди ввічливим, уважним, стриманим, педантичним і т. д. Тому є 2 сфери, де англійці ведуть себе нетрадиційно: футбол і гумор. Саме тут вони дають вихід емоціям, які накопичилися у буденному житті.

Частенько схильність, що валить іноземців у здивування, англійців до фізіологічних жартів (падаючі штани, сальності й непристойні натяки в шоу Бені Хілла) не має на увазі глибокого контексту, а лише служить способом виходу емоцій, що нагромадилися, і почуттів. Крім цього існує й вишукана іронія Бернарда Шоу або Оскара Уайльда, англійський сарказм і гра слів, парадоксальні висловлення й інші, характерні для англійської дотепності приймання [2: 46].

#### **Список літератури:**

1. История зарубежной литературы XIX века / Под ред. Н.А.Соловьевой. – М.: Высшая школа, 1991. – 637 с.
2. Шоу Б. Пігмаліон // Всесвіт. – 1999. – №11-12. – С.7-63.

*Гулько Дар'я Вадимівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Головним показником знань іноземної мови є лексичні навички, тобто вивчення і засвоєння слів. Успішність вивчення будь-якої мови базується на успішності вивчення і подальшого застосування мовних одиниць. Таким чином, саме лексичні навички слід розглядати як важливий і невід'ємний компонент змісту навчання іноземної мови, а їх формування саме і є метою навчання лексичного матеріалу.

Розширення та дослідження поняття методики вивчення лексики англійської мови завжди було одним з пріоритетних напрямів дослідження вітчизняних мовознавців. Метою таких досліджень була класифікація та систематизація методів та підходів найбільш успішного засвоєння лексики як першочергового компонента вивчення мови.

**Актуальність** роботи полягає у важливості методичного вивчення лексики як успішного і результативного підходу до вивчення мови, в той час як знання англійської мови відіграють ключову роль в житті і діяльності сучасної людини.

**Метою** дослідження є вивчення і аналіз методів вивчення лексичних одиниць англійської мови.

**Об'єктом** дослідження є лексика англійської мови.

**Предметом** дослідження є методи вивчення лексики англійської мови.

Мета та предмет дослідження вимагають вирішення наступних **завдань**:

- визначення поняття лексичних навичок та їх видів;
- етапи засвоєння лексики англійської мови;
- основні типи вправ на вивчення лексики.

**Методом** дослідження був обраний системний принцип, а саме структурно-функціональний підхід.

Дослідженням питання методики вивчення лексики іноземної мови займалося багато вітчизняних мовознавців, а саме С. Ю. Ніколаєва, Л. В. Банкевич, В. А. Бухбіндер, О. І. Вишневський .



**Постановка проблеми.** Лексичний аспект спілкування має певні особливості, одні полегшують його засвоєння, інші – ускладнюють. До перших відносять зв'язок лексики зі змістом комунікації, до других – невичерпний запас лексики будь-якої мови [3: 92]. Саме тому вивчення лексичного матеріалу вимагає систематизованого, а не хаотичного підходу.

За визначенням С.Ф. Шатілова, “лексичні мовленнєві навички – це навички інтуїтивно-правильного утворення, вживання і розуміння іншомовної лексики на основі мовленнєвих лексичних зв'язків між слухо-мовленнєвомоторною і графічною формами слова і його значенням, а також зв'язків між словами іноземної мови” [4: 129].

Види лексичних навичок: правильне вживання мовленнєвих одиниць в говорінні та письмі, розпізнавання та розуміння активного і пасивного лексичних мінімумів при читанні та аудіюванні, відповідність припущення значень невідомих одиниць їх спражнім значенням і навички користування рідними видами словників [3: 94].

Лексичний мінімум - це мінімальна кількість вивчених та засвоєних слів іноземної мови. Розрізняють активний і пасивний лексичні мінімуми. Активний лексичний мінімум — це той лексичний матеріал, яким повинні користуватися для вираження своїх думок в усній та письмовій формі, а також розуміти думки інших людей при аудіюванні та читанні. Пасивний лексичний мінімум — це та лексика, яку мають розуміти лише при сприйманні чужих думок в усній формі (при аудіюванні) та письмовій формі (при читанні) [3: 93]. Для успішного вивчення лексичних одиниць слід відбирати лексичний мінімум який буде змістовно актуальний і відповідатиме цілям вивчення мови.

Активний і пасивний словникові запаси утворюють наявний словник (включає знайомі слова), який служить основою для формування потенційного словника (включає незнайомі слова, про значення яких читач або слухач може здогадатися при зустрічі з ними) [3: 94].

Етапи засвоєння лексики англійської мови: перший етап, це ознайомлення з новими лексичними одиницями. Цей процес починається з розкриття значення нових лексичних одиниць. Всі різноманітні способи цього процесу можна поділити на дві групи: перекладні і безперекладні (за допомогою контексту, ілюстрацій).

Другим етапом є автоматизація знань нових лексичних одиниць. При автоматизації знань нових слів слід передбачати заходи для зняття і подолання труднощів засвоєння різних лексичних одиниць [3: 95].

Основним типом вправ є рецептивно-репродуктивні й продуктивні умовно-комунікативні вправи, в яких особа сприймає зразок мовлення і виконує з ним певні дії (в усній або письмовій формі) згідно із створеною ситуацією мовлення, виконуючи такі види вправ: імітація, підстановка, завершення, розширення зразка мовлення; відповіді на різні типи запитань; самостійне вживання лексичних одиниць у фразі / реченні; об'єднання зразка мовлення у надфразові єдності – діалогічну та монологічну [2: 240].

Поряд з умовно-комунікативними, у процесі засвоєння лексичних одиниць, застосовуються також і некомунікативні вправи на засвоєння форми і значення лексичних одиниць та на засвоєння сполучуваності слів. Велике значення має тестування лексики.

### **Висновки.**

Вивчення лексики іноземної мови є основою під час вивчення будь-якої мови. Загальним критерієм визначення рівня знань конкретної мови є багатство словникового запасу, як активного так і пасивного, яким володіє індивід. Таким чином, вивчення лексики є ключовим етапом вивчення мови. Засвоєння мовних одиниць не є простою справою і тому потребує багато зусиль та правильного підходу. У статті було визначено поняття лексичних навичок та їх видів, оглянуті етапи засвоєння лексики англійської мови, виділені типи вправ на вивчення лексики, як один з найефективніших методів вивчення мови.

### **Список літератури:**

1. Настольная книга преподавателя иностранного языка / [Маслыко Е. А. Бабинская П. К., Будько А. Ф., Петрова С. И.]– Мінськ.: Вышейшая школа, 1996. – 522 с.
2. Немов Р. С. Психология: Учебник для студентов высших педагогических учебных заведений / Р.С.Немов – М.: Гуманит. изд. центр ВЛА-ДОС, 1999. – 608 с.
3. Ніколаєва С. Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах / С. Ю. Ніколаєва – К.: Ленвіт, 1999. – 320 с.
4. Шатилов С. Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе / С.Ф. Шатилов –Л.: Просвещение, 1986. – 222 с.

*Гуменюк Катерина Анатоліївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ВЛАСНІ НАЗВИ У ЦИКЛІ РОМАНІВ ПРО ПРИГОДИ ГАРРІ ПОТТЕРА ЗА АВТОРСТВОМ ДЖОАН РОЛІНГ ТА АНАЛІЗ ЇХ ПЕРЕКЛАДІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ**

Ономастичні одиниці, їх походження та значення завжди перебували у центрі уваги вчених. На особливу увагу заслуговує аналіз ономастичних одиниць у дитячій літературі, адже імена там мають не лише називну, а також означальну та пояснюючу функції. Джоан Ролінг при створенні ономастичного простору звертається до магії, міфології, історії, до англійської та античної культур, вдало комбінує їх, не втрачаючи при цьому свого стилю. Переклад власних назв – важливий аспект перекладацької діяльності. Одним із найважчих завдань для перекладача є передача ономастичного простору дитячої літератури, адже часто повне розуміння тексту залежить саме від розуміння власних назв. Ця ситуація надзвичайно помітна у творах про Гаррі Поттера, адже чи не кожне ім'я у творах має глибокий символічний зміст, який надзвичайно важко передати при перекладі на цільову мову.

**Актуальність** теми дослідження зумовлена необхідністю глибокого вивчення та аналізу ономастичних одиниць використаних у творчості Джоан Роулінг та аналізу їх перекладів на українську мову.

**Метою** дослідження є вивчення та аналіз власних імен та назв використаних у циклі романів про пригоди Гаррі Поттера за авторством Джоан Ролінг та аналіз їх перекладів на українську мову.

Не існує чітко визначених правил щодо перекладу на українську мову англійських власних назв. Проте існує три основні способи передачі їх при перекладі: транслітерація, транскрипція та калькування. Однією із основних проблем при перекладі власних назв є відсутність відповідних еквівалентів у цільовій мові. Проаналізувавши ономастичний простір у творах, можна побачити, що авторка часто послуговується багатим ономастичним запасом Великобританії, використовуючи власне англійські імена та прізвища, також часто вона користується східною та староанглійською міфологією та ла-

тинізмами та архаїзмами. Проте досить часто ономастичні одиниці є вигаданими, або такими, чиє походження визначити неможливо. Варто звернути увагу на те, що часто ім'я підібране автором так, щоб відображати характер та роль персонажа у творах, або щоб передати основні функції або характерні ознаки того чи іншого місця. Щодо перекладу ономастичних одиниць на українську мову, варто зазначити, що основними методами перекладу були транскрипція/ транслітерація та заміна. Іноді перекладачем додаються пояснюючі елементи. Символічний зміст деяких ономастичних одиниць при перекладі втрачається. Також часто власні назви при передачі на українську мову втрачають свою роль як ономастичні одиниці.

Приклади аналізу власних назв у творах про пригоди Гаррі Поттера:

*Black, Sirius* – найкращий друг Джеймса Поттера, хрещений батько Гаррі. *Black* - чорний, поширене англійське прізвище. *Sirius* - Сириус, назва найяскравішої зірки земного небосхилу, альфи Великого пса, або Псової зірки. Ім'я і прізвище Блека, очевидно, пов'язані з його здатністю перетворюватися на великого чорного пса. У легендах різних областей Англії, особливо в Східній Англії, зустрічається немало переказів про чорних демонічних собак. Цих собак зазвичай називають *Black Shuck*, а іноді *Old Shuck*, від англо-саксонського слова *scussa*, що означає «демон». Подібно до привидів, що мешкають в певних місцях, Чорний Пес таїться недалеко від кладовища, пустинної сільської дороги, покритої туманом драговини або на горбах навколо села. Чорний Пес - творіння ночі, розміром з теля, очі горять червоним або зеленим вогнем. Він служить знаменням смерті; якщо людина побачить Чорного Пса, це означає, що він або хтось з членів його сім'ї скоро помре. Крім того, як і будь-який собака, Сириус - символ вірності, що підтверджується грецьким міфом про Оріон. В українському перекладі – Сириус Блек. Використовуються транскрибування і заміна. Підтекст закладений у ім'я автором не передається.

*Dumbledore, Albus Percival Wulfric Brian* – директор Хогвортсу. Ім'я походить від слова *albus* – (лат.) білий, а прізвище від старонанглійського слова *dumbledore* – джміль. Білий (*Albus*), по-перше, із-за сивого волосся і бороди, по-друге, як протистояння темним силам. Також можливе походження від слова *Albion* (Альбїон), що є історичною назвою Британії. Із слів Ролінгпрізвище *Dumbledore* (джміль) вибрано тому, що він любить ходити і наспівувати (гудіти) собі під ніс. В українському перекладі – Албус Персіваль Вульфрік

Браян Дамблдор. Очевидно, що використовуються транскрибування і заміна. Контекстуальне значення ономастичної одиниці при перекладі втрачається.

*Crookshanks* – кіт Герміони. Назва походить від слів: *crook* – згинати, скривлювати, скорчуватися, згинатися, гнутися, звиватися та *shank* – гомілка, нога. В українському перекладі – Криволапик. Контекстуальне значення ономастичної одиниці передається повністю завдяки створенню перекладачем еквіваленту, що полягає у прямому перекладі складових частин клички.

*Gryffindor* – один із чотирьох гуртожитків у Хогвортсі. Назва походить від *griffin* – грифон, фантастична тварина із тулубом лева, орлиними крилами та головою орла або лева у східній міфології та французького словосполучення *d'or* – зроблений із золота, золотий. В українському перекладі – Грифіндор. Використовується транскрибування.

*Daily Prophet* – назва щоденної газети для чарівників. Назва походить від слів *daily* – щоденний (щоденна газета) та *prophet* – пророк, провісник, проповідник. В українському варіанті – «Щоденний віщун». Передача одиниці за допомогою перекладу з метою краще передати суть.

#### **Список літератури:**

1. Джоан Ролінг. Гаррі Поттер і в'язень Азкабану. – К.: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2002. – 384 с.
2. Леонович О.А. В мире английских имен/ Леонович О.А. – М., 2002. – 157 с.
3. Предлагаемые Принципы Перевода Понятий [Електронний ресурс] – [http://www.cnt.ru/users/mukhoyan/hp/hp\\_principles.html](http://www.cnt.ru/users/mukhoyan/hp/hp_principles.html).
4. Chiu, Julie. Translating Harry Potter as a Cult of Meanings. //Translation Quarterly # 25, 2002. p. 1-45.
5. J. K. Rowling. Harry Potter and the Prisoner of Azkaban/ J. K. Rowling/ - Scholastic, 1999. – 435 p

*Демчук Наталія Олександрівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СМІХУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Сміх як психофізіологічне явище, має комплексну будову до якої входять два типи мімічних рухів: сміх та усмішка, постійно привертає увагу науковців. Написано багато фундаментальних праць, явище достатньо вивчене, проте не до кінця. Коло питань пов’язаних із явищем сміху було розглянуте такими науковцями: Дарвін, Ч. Морріс, Г. Бергсон, М. Мамардашвілі, В. Пропп, П. Екман, Ф. Чекареллі, Г. Вежбицька, Крейдлін [1: 1].

• **Актуальність дослідження** зумовлена відсутністю системних досліджень особливостей вербалізації сміху у сучасній англійській мові, а саме: вираження явищ сміху та усмішки за допомогою прикметників, які відіграють значну роль в описі особи (мовця), у вираженні почуттів, індивідуального, суб’єктивного. Описати основні лексико-стилістичні особливості політичного дискурсу;

• Провести лексико-семантичний аналіз промов Барака Обами.

**Об’єктом** дослідження є політичні промови Барака Обами.

**Предмет** – лексико-семантичні особливості промов президента США.

Під політичним дискурсом розуміються всі мовні висловлювання, в яких йдеться про політику. Визначальною в політичному дискурсі є боротьба за владу, що призводить до використання політиками різних стратегій для маніпулювання свідомістю людей. Також він характеризується наданням звичним одиницям мови незвичної інтерпретації, широким використанням ЗМІ, пересіканням з іншими видами дискурсу та наявністю рольової структури.

До лексичних особливостей політичного дискурсу відносяться вживання лексем на позначення суспільно-політичних реалій, вживання розмовної та спеціальної лексики, термінів, ідеологем. Іншими важливими характеристиками політичного дискурсу є постійне утворення нової лексики та широке використання стратегії ідентифікації [2: 38].

До стилістичних особливостей політичного дискурсу відносять полемічність, агресивність, оцінність, театральність, використан-

ня таких стилістичних фігур як метафора та метонімія, антитеза та оксюморон, евфемізм та антономазія, інверсія та еліпсис, паралелізм та риторичні питання [1: 54]. Окрім цих виділяють також інформативність і ритуальність, стандартність і експресивність, діалогічність і моно логічність [3: 52].

У процесі дослідження передвиборчих промов президента Барака Обама було виділено дві лексико-семантичні групи на позначення термінів з двох галузей: політичної та військової. Для більш детального аналізу кожна з цих груп було розбито на підгрупи. Узагальнюючи результати аналізу відзначаємо, що найчастіше Бараком Обамою вживаються лексеми на позначення виборів, уряду та законодавства, та власне війни у процентному відношенні 19,8%, 30,2% та 27,4% відповідно. Це пояснюється прагненням Обама порівняти себе з іншими державними діячами, акцентуючи увагу головним чином на проблемі війни в Іраці, та розкритикувати їхню політику. Цікавим є той факт що лексичні одиниці що позначають тероризм та демократію, які є для американського народу дуже важливими питаннями, використовуються не так часто.

#### **Список літератури:**

1. Худолій А.О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття. Монографія. – Острог: Вид-во НауОА, 2006 – 384 с.
2. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград: Перемена, 1997. – 137 с.
3. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – М.: Наука, 2007. – 256 с.

*Джиган Надія Григорівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ФУНКЦІЇ

Поняття «політичний дискурс» вивчається представниками різних наук порівняно недавно, що продиктовано відносно недавнім початком бурхливого розвитку політичної науки (50-ті рр. ХХст.) Актуальність дослідження політичного дискурсу зумовлена, по-перше, об'єктивною потребою в науковому обґрунтуванні даного феномена, адже і досі не існує узгодженості щодо розуміння політичного дискурсу. По-друге, політика – це сфера людської діяльності, в якій діє система механізмів та технологій політичного спілкування, які здійснюють вплив на політичну реальність країни. Тому виникає потреба вивчати та аналізувати ці процеси, щоб запобігти можливим спробам маніпуляцій суспільною свідомістю.

Науковцями, котрі заклали підвалини теорії політичного дискурсу були представники кембріджської та оксфордської філософських шкіл у 50-ті рр. ХХ ст. Серед класичних робіт з даної проблематики можна назвати праці Т.А. ван Дейка, Р. Барта, М. Фуко, Ю. Хабермаса. До українських дослідників проблеми політичного дискурсу відносяться: М.В. Ільїна, Є.І. Шейгала, С. Андрусів, С. Павличко, Г.Г. Почепцов, Є. Бистрицький та ін.

**Об'єктом** цієї статті є політичний дискурс. **Предметом** – характеристики та функції політичного дискурсу. **Метою** представленої статті є теоретичне обґрунтування поняття «політичний дискурс» Відповідно до мети були поставлені наступні **завдання**:

- пояснити поняття «політичний дискурс»;
- охарактеризувати його з точки зору його особливостей;
- виокремити основні функції політичного дискурсу.

Поняття «дискурсу» надзвичайно багатозначне і таке, що не має конкретного визначення, адже вживається воно у різних науках з різним значенням. Дискурс вважають виявом етнокультурних та культурно-історичних особливостей комунікації, правил спілкування в суспільстві, втіленням мети мовців. Також дискурс ототожнюють



власне із поняттям «тексту». Причому під «текстом» може розумітися не тільки специфічний продукт мовної діяльності, усний чи письмовий, а й будь-яке явище дійсності, пов'язане із комунікацією [3].

Найпоширенішими визначеннями поняття «дискурсу» є: «Дискурс - система комунікації, поле комунікативних практик, розглянуте в реальному і потенційному (віртуальному) аспектах» [1: 56]. Ю. Хабермас розумів це поняття так: «Дискурс - це комунікація особливого виду, мета якої - неупереджений аналіз реальності, позбавлений суб'єктивізму дослідників». Одним із популярних визначень також є таке: «Дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різну форму вияву та відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних чинників [1: 58].

Що ж до політичного (або як його називають ще «політологічного») дискурсу, то у цьому випадку під цим поняттям розуміється зв'язаний текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування у сукупності з прагматичними, соціологічними, психологічними та іншими факторами [6]. Політичний дискурс актуалізується у таких жанрах, як промова політика, інавгураційне звернення президента, політичний документ (указ президента, закон), звіти уряду у парламенті, затвердження або обговорення бюджету тощо. Дискурс будь-якого типу є так «званим полем боротьби» різних сторін, проте особливого значення набуває саме політичний дискурс, адже він фактично є полем боротьби за владу. Насправді ж, політичний простір є місцем застосування різноманітних технологічних прийомів, за допомогою яких політтехнологи намагаються створити та нав'язати суспільству своє бачення соціального світу для того, щоб здобути підтримку того ж таки суспільства. Політична мова – надзвичайно специфічна, що зумовлено самою її природою. Політична мова відрізняється від звичайної в основному тим, що характеризується наступними ознаками:

- політична лексика вміщує в собі власне політичну термінологію;
- політичне мовлення характерне своїми мовними прийомами та структурою;
- специфічне звукове та письмове оформлення [2: 46].

Оскільки політичний дискурс – це особливий різновид публічного мовлення, то він характеризується цілою низкою специфічних засобів. Політики та політтехнологи, як ніхто інший, усвідомлюють необхідність оволодіння таким стилем мовлення літературної мови, який здатний забезпечити їм найвищий рейтинг довіри [4: 86]. Отож,

специфіка політичного дискурсу насамперед полягає у полемічності мовлення. Вона виступає такою собі театралізованою виставою спрямованою на те, щоб викликати негатив суспільства по відношенню до певного політика-конкурента. Для цього нав’язується ряд цінностей та оцінок. Ось чому терміни, які підтримуються прибічниками одних поглядів, негативно сприймаються їхніми противниками. Однією з особливостей політичного дискурсу є його спрямованість на майбутнє. Такі майбутні контексти мають низку переваг, адже їх достатньо важко одразу цілковито заперечити чи перевірити, отож залишається лише дослухатися до ідей, які пропонує цей тип дискурсу. Ще однією особливістю політичного дискурсу є використання певних формальних засобів, коли звичні мовні одиниці мови отримують незвичну інтерпретацію, а також, коли звичайні, на перший погляд, ситуації використовують у нових несподіваних смислових контекстах. Загалом же, основними ознаками політичного мовлення є його ідеологічний та пропагандистський характер, заангажованість, оцінювання, коннотативність та денотативність одних і тих же мовних знаків під впливом соціо-культурних та інших факторів.

Розглядаючи функції політичного дискурсу та його ефективність потрібно враховувати, про який саме політичний дискурс йде мова. У контексті недемократичного політичного дискурсу кожна людина (група, колектив) може фігурувати як об’єкт політичного впливу так і його суб’єкт.

Демократичний же дискурс завжди орієнтований на створення таких умов за яких, по-перше, кожен його учасник мав би право самостійно вирішувати брати участь у ньому чи ні, по-друге, всі його учасники (тобто всі члени громадського суспільства) мали б реальну можливість впливати на політичну владу, по-третє, політична влада не могла б нехтувати думкою, як більшості, так і меншості [6: 82].

Втім, незалежно від характеру політичного дискурсу, його цілі та функції в загальному залишаються незмінними: переконати людей обрати «правильну» політичну силу (функція переконання та політичної пропаганди). Похідними від цієї основної є наступні функції, які в кінцевому результаті визначають ефективність певного політичного дискурсу:

- нав’язування інших цінностей та оцінок;
- навіювання негативного відношення до політичного противника (створення створення так званого образу ворога, тобто політика, винного проблемах – такий образ ніби об’єднує суспільство; або просто висміювання противника, що принижує політика в очах людей) [2].

### **Висновки**

Як ми бачимо, тема політичного дискурсу є досить обширною. Вона зачіпає не лише проблему точного визначення поняття, її характерних ознак чи функцій. Розуміння політичного дискурсу вимагає глибокого дослідження багатьох інших аспектів цієї проблеми, як от ефективності політичного дискурсу, психологічних особливостей автора та аудиторії, прихованих мотивів, вплив соціо-культурних особливостей на політичний дискурс певної країни та багато інших аспектів. Політичний дискурс необхідно розглядати з різних кутів зору, для дослідників важливо розуміти власне цінність політичного тексту в цілому, а також думки, певні послання та ідеї, які містить цей дискурс. Загалом широке коло проблем політичного дискурсу потребує подальших досліджень та нових ідей.

### **Список літератури:**

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич – К.: Академія, 2004. – 344 с.
2. Демянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / Демянков В.З. - М.: ИНИОН РАН, 2002. – С. 32-43.
3. Лук'янець В. Філософія дискурсу / В. Лук'янець // Вісник НАН УКР - 2002. - №12. – С. 22-28.
4. Піча В.М. Політологія: терміни, поняття, персоналії, схеми, таблиці: підруч. [для студ. вищ. навч. Закл.] / В.М. Піча - К.: Каравела, 2000.– 320 с.
5. Проблеми дискурсної лінгвістики [електронний ресурс] / Кусько К.Я. – Л.: ЛНУ, 2001. – 158с. – Режим доступу: [//www.nsu.ru/education/virtual/htm](http://www.nsu.ru/education/virtual/htm)
6. Фоменко О.С. Політичний дискурс демократичного суспільства / О.С. Фоменко // Вісник Київського університету. –1998. - № 27.– 102 с.

*Дмитрук Петро Миколайович,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

## ФАКУЛЬТЕТ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Увага до мовної особистості проявилася ще на початку ХХ століття, коли корифеї філологічної науки усвідомили необхідність вивчення «індивідуальних способів вираження» [3: 206], «особистісного говоріння» [2: 62]. Однак до нерозв'язаних проблем належать: структура мовної особистості, активація різних сегментів структури у процесі комунікації у своєму/ чужому лінгво-культурологічному просторі.

Опираючись на результати лінгвістичних досліджень мовної особистості виробився новий підхід до нез'ясованих до сьогодні проблем, пов'язаних з мовною поведінкою особистості у чужому лінгво-культурологічному просторі, що увиразню актуальність роботи.

Ми ставимо за мету виявити основні фактори, що перешкоджають успішній комунікації мовних особистостей різної етнічної належності; у визначенні того сегменту «чужого» в лінгвоконцептосфері, без якого міжкультурна комунікація неможлива.

Модель структури мовної свідомості особистості представлена трьома основними сегментами, до яких належать: 1) індивідуальний – такий, що відображає особистісний характер когнітивних процесів; 2) груповий, що відбиває належність мовної особистості до певної а) етнічної/національної та б) соціальної/професійної/релігійної та ін. груп; 3) універсальний, що формується належністю кожного індивідуума до *homo sapiens*, пов'язаний ідентичністю певних концептів у всього людства [1: 99]. Людина усвідомлює свою ідентичність у межах своєї належності до роду людського, до етносу, та соціально-групових об'єднань.

У формуванні мовної свідомості та поведінки окремої особистості, поняття етнокультурного контексту відіграє провідну роль: «однією з фундаментальних та еволюційно ранніх детермінант поведінки людини є відмежування свого простору від оточуючого» [4: 320]. У величезній більшості випадків чужий контекст є підставою виокремлення опозиції *свій vs чужий*, у тому числі і в етнокультуроло-

гії. Саме цією опозицією формується етноцентризм – висока оцінка та перевага «свого» на відміну від денітрації «чужого», що виражається в поширенні етнофобізмів (*італьяшка, китайоза, froggie, wor, kike*) та дерогативних стереотипів (*чукча – тугодум, француз – легковажний бабій, англієць – сноб*), оскільки носії інокультурного компонента сприймаються з позиції їх невідповідності прийнятим в інших народів нормам та звичаям.

Незбіг смислів на вході/виході каналів зв'язку зумовлений наявністю, та провідною роллю індивідуального сегмента у структурі мовної особистості. Відповідно, при тому, що груповий, та універсальний сегменти забезпечують принципову можливість і практичну успішність комунікації, індивідуальний набір концептів та обсяг кожного зумовлюють постійну наявність «смиислового залишку» в переважній більшості актів обміну інформацією. Як приклад наведемо відому побутову фразу-виправдання *я не це хотів сказати, I didn't mean it*, з одного боку, та неоднозначність інтерпретації художнього тексту – з іншого.

Ми розглядаємо мовну особистість, як триелементну структуру, що складається з універсального, групового та індивідуального сегментів. Перший є спільним для всіх лінгвокультурологічних просторів.

Другий поділяється на а) етнічний, що передає спільність концептосфери, зумовлену спільністю етнічною (національною), та б) зумовлений спільністю соціальною/професійною.

Третій відображає ментальність індивідуальної, та мовної картини світу кожного *homo loquens*, що є наслідком неповторності генетики та соціалізації індивіда.

#### Список літератури:

1. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
2. Виноградов В.А. Избранные труды. – М.:, 1975. – 347 с.
3. Соссюр Фердинанд де. Курс общей лингвистики=Cours de Linguistique Generale/Saussure, F. de: (пер.со второго фр.изд.). — 2.изд., стер. — М. : Едиториал УРСС, 2004. — 272с.
4. Файвишевский В. Язык, речь, речевая деятельность. - М.: Просвещение, 1979. – 410 с.

*Душко Іванна Вікторівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## НАВЧАННЯ ЧИТАННЯ НА ПОЧАТКОВОМУ ЕТАПІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Навчити читати — одне з основних завдань шкільного курсу навчання іноземній мові. Проте деякі вчителі вважають, що читання як мета навчання є чимось другорядним порівняно з усною мовою. Така точка зору виникає внаслідок неправильного розуміння таких понять, як «засіб навчання» і «мета навчання». Значення, що його надають усній мові, як засобу навчання, неправомірно переносять на характеристику усної мови як мети навчання, що й спричиняє певну недооцінку читання в процесі навчання мови.

**Мета даного дослідження полягає** у теоретичному обґрунтуванні педагогічних засад моделі навчання іншомовного читання молодших школярів. Серед основних дослідницьких завдань у розкритті теми є: визначити психолого-дидактичні засади процесу читання та з'ясувати особливості сприйняття й осмислення іншомовної друкованої інформації учнями початкових класів. Об'єктом дослідження є процес навчання іншомовного читання молодших школярів, а предметом — його дидактичні принципи, зміст і організація.

Багато лінгводидактичних досліджень останніх років присвячено проблемам навчання читання і письма як самостійних і рівнозначних видів мовленнєвої діяльності (О. Б. Бігич, В. М. Жуковський, Н. В. Лисанова, Р. Ю. Мартинова, С. Ю. Ніколаєва, К. І. Онищенко, В. М. Плахотник, Г. В. Рогова, С. В. Роман, С. К. Фоломкіна).

Як відомо, один з варіантів організації початкового навчання іноземної мови передбачає усний вступний курс, який передую навчанням читання та письма.

Перехід до навчання читання дуже відповідальний етап в роботі вчителя. Нерідко початок навчання читання характеризується ослабленням уваги до усних вправ, в результаті чого учні втрачають до певної міри ті вміння і навички, які були прищеплені їм під час вступного курсу.

Це буває тоді, коли вчитель не знаходить правильних шляхів здійснення взаємозв'язку в навчанні усної мови, читання та письма. Тоді

в результаті роботи над читанням різко зменшується час, що приділяється усній мові і навпаки.

Слід підкреслити, що завдання усного вступного курсу полягає не тільки в тому, щоб створити первинні навички усної іноземної мови. Йдеться також про те, щоб підготувати ґрунт для навчання читання [3: 259].

Іноді вважають, що підготовка до читання полягає тільки в тому, що учні освоюють усно той матеріал, який вони пізніше читатимуть. Але це не так. Для майбутнього навчання читання важливо навчити учнів розчленовувати слова на звуки, ознайомити їх з буквами, їх назвами, розпочати формування механізму читання.

Постає питання, як здійснити в рамках усного вступного курсу підготовку до читання. Розглянемо спочатку в цьому плані питання про роботу над фонетичним матеріалом [2: 78].

Одним з важливих завдань початкового періоду навчання є оволодіння вимовою. Добиватися здійснення цієї мети можна різними способами. Один з них — це імітативне засвоєння вимови цілих слів, які учень повторює за вчителем. Проте цей спосіб не може забезпечити всім учням потрібний мінімум фонетичних навичок, а також не готує їх до навчання читання. Щоб техніка читання розвивалась на підготовленому ґрунті і створювались міцні навички, учневі треба вміти розчленовувати слова на звуки, склади, асоціювати окремі букви, буквосполучення, склади з відповідними звуками, звукосполученням, а це потребує аналітико-синтетичного підходу до вивчення вимови та графічних образів іншомовних слів.

Отже, усне засвоєння мовного матеріалу на початковій стадії навчання обов'язково повинно включати елементи фонетичного аналізу слів. Трохи пізніше, але також в межах вступного курсу, починається робота по засвоєнню букв. Така постановка питання може викликати у деякого певні сумніви і заперечення: чи доцільно знайомити учнів з алфавітом до того, як вони починають читати, чи не буде це штучним заходом, що суперечить логіці та психології навчального процесу? Проте теоретичний аналіз цього питання та вивчення досвіду учителів свідчить про безпідставність таких сумнівів, оскільки при правильній організації навчання робота над звуками і над буквами може бути засобом розвитку мовних навичок [1: 67].

Важливою обставиною, що визначає в значній мірі методика початкового навчання читання є те, що учні вже опанували техніку читання рідною мовою. Це робить можливим використання набутих знань, умінь, навичок у навчанні читання англійською мовою. Так,

учні знають різницю між звуками і буквами, їм відомо, що одна і та ж буква може читатися по-різному залежно, від словесного наголосу. В процесі читання рідною мовою учні привчилися сприймати одночасно групу букв або навіть слів, а не один елемент за одним, що полегшує створення аналогічної навички і на основі роботи над англійським текстом.

Спочатку така робота дає позитивні наслідки — учні швидко навчаються читати досить велику кількість, слів та речень, але пізніше виявляється, що набуті таким чином уміння та навички дуже нестабільні; учні неспроможні тримати в пам'яті та диференціювати велику кількість орфографічних образів, вони часто забувають, як читати ті чи інші слова, або змішують їх. Крім того, учні не вміють читати нові слова, навіть коли читаються вони згідно з елементарними правилами. Все це гальмує розвиток навичок читання, і тому застосування методу цілих слів у його чистому вигляді рекомендувати не можна. Разом з тим треба відзначити, що деякі елементи цього методу входять у раціональну методичку навчання читання.

Учитель використовує здатність учнів запам'ятовувати цілісний графічний образ слова в його зв'язку з вимовою для нагромадження певного матеріалу, який потім аналізується і усвідомлюється.

### **Список літератури:**

1. Дидактика середньої школи. Деякі проблеми сучасної дидактики. Допомога для студентів пед. інститутів. Данилова М. А. і Скатина М. Н.: Освіта, 1975, 304 с.
2. Современная методика обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальская, М.: АРКТИ, 2003. – 129 с.
3. Ушаков Н.Н. Кружковая работа по изучению иностранной речи, М.: Освіта, 1



*Загоруйко Дем'ян Володимирович,  
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## «КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МОВИ НАУКОВИХ ВИДАНЬ»

Розвиток мислення без мови неможливий. Завдяки мові, на думку О. Потебні, людина стає творчо діяти, а її духовний розвиток він пов'язує з її розвитком мови. «Мова - це засіб не стільки виражати готову істину, скільки відкривати раніше невідому.»

Проблематикою щодо виникнення наукового стилю мови, його специфічної характеристики та стильової однорідності мовних засобів, які відрізняють його від інших, присвячені монографічні праці М.Кожиної, А.Васильєвої, М.Котюрової та дослідження науковців: Е.А. Земської, В.Е. Морозової, В.Н. Вагнера, А.Б. Гусей нової, З.С. Сік орської..

Науковий стиль має чітко виражені особливості, які вирізняють його серед інших стилів мовлення. Сфера його використання – наукова діяльність суспільства. Суворими є вимоги щодо дотримання норм мови наукових видань. Адже завдяки науковій мові як важливому складникові національної літературної мови, що є обов'язковим атрибутом держави та її ознакою, підтримується національна гідність, духовність народу й передаються у світовий простір національні досягнення з різних галузей знань [1:12].

Основні стильові ознаки наукового стилю і специфічна мовленева системність визначаються позамовними стилетвірними чинниками: а) призначення – визначення понять і категорій, доведення теорій, роз'яснення явищ, систематизація знань; б) змістовність стилю – теоретичні відомості та практичні знання про людство, історію, культуру, національні надбання, Всесвіт; в) мета стилю – повідомлення нових наукових знань про сутність і доказовість його істинності; г) комунікативне завдання стилю – передавання адресату знань у переконливій і доступній формі.

У ході проведеного дослідження нами виявлені тенденції, що спостерігаються у сучасних наукових виданнях.

Зокрема, низька термінологічна культура наукової літератури, яка включає в себе такі фактори: перенавантаження тексту незрозуміли-

ми, рідковживаними термінами, зловживання деякими загальнонауковими поняттями, заміна вже існуючих термінів власними новотворами: *Шпилькою називають різьбовий виріб який є з'єднувальною деталлю для рознімного з'єднання*

Нерідко проблемою стають занадто довгі речення текстів, переважають речення-гіганти з надмірно складними синтаксичними конструкціями, речення з цілою низкою підрядних частин. Унаслідок цього виникає враження суцільної розтягнутості й довготи: *Та мінімальна сума вартості, якою повинен володіти окремих власник грошей або товарів, для того, щоб перетворитися у капіталіста, змінюється на різних ступінях розвитку капіталістичного способу виробництва, а при даній ступіні розвитку різна в різних сферах виробництв.* До того ж, автором допущена помилка у встановленні роду: *а при даній ступіні – треба при даному ступеню.*

Науковому стилю притаманна й така стилістична вада, як багатослів'я — невміння висловити думку лаконічно. Предмет, дія чи ситуація, про які можна сказати одним словом, виражаються трьома, а то й чотирма словами. *Проте основою всього того, що може бути відкрито, є все та ж матерія, і любий відкритий її новий стан, властивість не можуть бути так чи інакше не пов'язаними з тими станами і властивостями матерії, які вже відомі, а в кінцевому – і з тими, які ми безпосередньо сприймаємо.* Зауважимо також, що слово *любий* вжито стилістично невірно – треба *будь-який*.

Немає сумнівів, що окремі складові наукових текстів суперечать багатьом канонам мовної культури. Стиль — це своєрідна зовнішність автора, що вказує на культуру його мислення, знання мови та повагу до читача.

### **Список літератури:**

1. Онуфрієнко, Г.С. Науковий стиль Української мови / Г.С. Онуфрієнко. - К., 2006. - 311 с.

*Кардаш Микола Юрійович,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Сучасні лінгвістичні дослідження спрямовані на вивчення різних типів дискурсу з комунікативно-прагматичної точки зору, що передбачає розгляд мови не лише як засобу спілкування та передачі інформації, але й як механізму впливу на формування та зміну поглядів людини [2].

Політичний ж дискурс став предметом особливої уваги у той період, коли політична комунікація набула рис засобу маніпулювання свідомістю. Західні лінгвісти активно займаються дослідженням цього дискурсу та дискурс-аналізу. Серед них такі відомі науковці як Тойн ван Дейк, Е. Бенвеніст, Ю. Габермас, М. Фуко та інші. Проте вчені досі не дійшли консенсусу щодо точного визначення поняття дискурсу. Також поширеними є тлумачення суті політичного дискурсу, які, звісно ж, базуються на теоретичних засадах центрального поняття «дискурс».

Відомо, що контент самого тексту прямо залежить від тематики розмови, виступу чи якогось письмового повідомлення. В цьому плані, в плані лексичного наповнення, мова політичного дискурсу суттєво відрізняється від мови науки з одного боку, мови художнього твору – з іншого, наближаючись, але не співпадаючи цілком, із мовою розмовно-побутовою і діловою [3].

Серед головних мовних особливостей політичного дискурсу варто зазначити принципову неоднорідність стилістичних засобів; використання спеціальної термінології і емоційно забарвленої лексики, поєднання стандартних і експресивних засобів мови. Особливістю, також, є часте вживання лексики літературної мови: від наукових і технічних термінів до слів буденної розмовної мови [1].

Ще однією особливістю політичного дискурсу є використання певних формальних засобів, коли звичні мовні одиниці мови отримують незвичну інтерпретацію, а також коли звичні, на перший погляд, ситуації використовуються у нових несподіваних смислових

контекстах. Це пояснює, наприклад, часте використання метафор у політичному дискурсі [5].

Для лексичного фонду політичного газетного дискурсу властивим є, окрім вживання значної кількості емоційно-оцінних лексичних одиниць, також використання метонімії, метафори, персоніфікації, перифрази, іронії, літоти як стилістичних тропів.

Особливістю мови політичного дискурсу є також стандартизація (наявність ємних, комунікативно-доцільних готових мовленнєвих формул для політичної комунікації).

З морфологічних засобів притаманне своєрідне використання видо-часових форм для надання тексту відповідного експресивно-стилістичного забарвлення тощо.

У синтаксисі політичного газетного дискурсу під дискурсивними формулами маються на увазі конструкції з прямою мовою, парцеляція, еліптичні конструкції, різні звороти та інші синтаксичні засоби, яким властиві експресивність та висока емоційність [3].

#### **Список літератури:**

1. Бутова І. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень // <[http://www.nbu.gov.ua/Portal/Natural/VLNU/In\\_mov/articles/Butova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/Portal/Natural/VLNU/In_mov/articles/Butova.pdf)>
2. Ващук Т.Н. Политический дискурс как объект лингвистического исследования. // <<http://eprints.zu.edu.ua/1720/1/43.pdf>>
3. Загнітко А. Сучасний політичний газетний дискурс: типологічні явища й особливості синтаксису. // <<http://anvsu.org.ua/Articles/Zahnitko.htm>>
4. Здоровега В. Природа і специфіка образу в журналістиці // <[http://www.franko.lviv.ua/faculty/publications/visnyk26/Statti\\_Zdorovega.htm](http://www.franko.lviv.ua/faculty/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.htm)>
5. Павлуцька В. Політичний дискурс: особливості та функції // <<http://eprints.zu.edu.ua/2446/1/218-221.pdf>>

*Кіріченко Дар'я Віталіївна,*

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## **ЗАГАДКА ЯК КОГНІТИВНА СТРУКТУРА В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦЯ**

Метою нашого дослідження є розгляд з позицій когнітивної лінгвістики одного з феноменальних текстових складників мовної картини світу – української загадки, завданням – на матеріалі дитячих загадок про їжу створити класифікатор цих текстів за семантичною ознакою.

Загадки є в усіх народів, на якій стадії розвитку вони б не знаходилися, вони – частина мовної гри як однієї з форм існування мови в соціумі. Виявлення зв'язків текстів, орієнтованих на мовну гру, і фрагментів світу, які стоять за цими текстами, а також ситуацій, у яких вони використовуються, є актуальним для когнітивної лінгвістики.

Науковим збиранням та систематизацією українських загадок займалися М. Комаров (1890), П. Іванов, (1889), Номис (М. Т. Симонов) (1864), Чубинський (1872) та ін. Визначення загадки пропонував ще Арістотель. Ми слідом за І.П.Березовським дотримуємося тієї думки, що «загадка – це короткий фольклорний твір, побудований на інакомовності, метафорі, алегорії, описові предметів, явищ, живих істот у запитальній чи стверджувально-констатувальній формі і потребує відгадки, відповіді, розшифрування зумисно закодованої символічної інформації з метою активізації пізнавальної діяльності; формування навичок логічного, абстрактного мислення; розвитку кмітливості, спостережливості; естетичної насолоди» [1: 21]. Терміну «загадка» відповідає латинське слово *aenigma* (енігма), загаданий об'єкт дійсності отримав назву «енігмат»; текст-загадування – «енігматор» (перифраза, трансформа відгадки), а ім'я загаданого об'єкта – відгадка [2: 8].

Загадки поділяються за часом створення на класичні та сучасні [3; 4], за формою на віршовані та прозові, за ознакою спрямованості – на дитячі та дорослі. Механізм кодування об'єктів в дитячій загадці (як і в дорослій) – переважно метафора. Таке кодування фрагментів дійсності, що створює мовну гру, реалізується в перенесенні властивостей одного предмета на інший за певними асоціативними ознаками. Важливе місце тут посідають давні та сучасні загадки про

їжу (див. табл. 1) з семантичними ознаками: 1) натурфакти (їжа, дана природою); 2) артефакти (їжа, приготована людьми)

Таблиця 1  
Дитячі загадки про їжу

Приклади загадок зі значенням натурфакти	Приклади загадок зі значенням артефакти
<p>Повна хата горобців, та нікуди вилетіти (Огірок). Є шапка, але немає голови; є ноги, але без черевика. (Гриб). Сидить пані в жупані, хто її роздягає, той слъози проливає (Цибуля). У воді росте, кохається, вкинь у воду - злякається. (Сіль). Срібна діжка золотого напою повна; хто ламає - вік не збудує. (Яйце). Під землею птиця кубло звела і яєць нанесла. (Картопля) Була дитиною – не знала пелюшок, а стала старою – вся в пелюшках (Капуста). Примостився на баштані в посмугованій піжамі. Вигріває круглі боки, що смачним налиті соком (Кавун).</p>	<p>Ріжуть мене ножакою, б'ють мене ломакою. За те мене отак гублять, що всі мене дуже люблять. (Хліб); Морква, біб і цибулина, бурячок і капуста, ще й картопля – шусть у горщик. Ну й смачний ми зварим... (Борщик); На полі народився, на заводі варився, на столі розчинився. (Цукор). Що за хліб такий святковий на рушник вмостився новий? (Коровай). Насушили ми шипшини, липи цвіт, суниць, малини. Розігріли самовар, пити будемо... (Узвар) Довго з тіста їх ліпили, у окропі поварили. Потім дружно ласували, ще й сметанки додавали (Вареники) [3].</p>

Проведений аналіз дає підстави зробити висновок про те, що загадки – важлива частина мовної картини світу, яка дісталася нам у спадок від наших предків і динамічно розвивається по цей день. Когнітивний механізм загадування в Україні – неодмінна умова не лише розумового розвитку дитини, а й випробовування кмітливості дорослих. І загадки про їжу – неоціненний скарб нашого народу – ще одне цьому підтвердження.

### Список літератури:

1. Березовський І.П. Загадаю – відгадай // Загадки. – К.: Дніпро, 1987. – 167с.
2. Денисова Е. А. Структура и функции энигматического текста (на материале русских загадок и кроссвордов): автореф. дис. ... канд. филол наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / Е.А.Денисова. – М., 2008. – 24 с.
3. Народні загадки /Упоряд., передмова М.К. Дмитренко. - К.: Ред. часопису “Народознавство”, 2003. – 128 с.
4. <http://www.mama-tato.com.ua/article/a-782.html>.

*Клейзун Юлія Олегівна,  
Національний університет "Острозька академія"*

## ОСОБЛИВОСТІ ТА ЦІЛІ ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОР ДЕРЖАВНИМ СЕКРЕТАРЕМ США ГІЛЛАРИ КЛІНТОН

У межах вивчення мови політичної комунікації дослідники значну увагу приділяють розгляду метафор. Важливість вивчення політичної метафорики полягає в тому, що це дозволяє не тільки зрозуміти, яким чином людина пізнає дійсність, але й виявити приховані установки та цілі політика, відтворити реальний портрет його особи [1: 67-85]. На думку Дж. Лакоффа і М. Джонсена, політичні ідеології будуються саме за допомогою метафор [3: 157-159]. Одним із найвагоміших теоретиків, котрі вивчали політичні метафори, є Майкл Осборн. Науковець виокремив архетипні метафори, основу яких складають образи природного циклу, світла та темряви, спеки та холоду, хвороби та здоров'я, навігації; та специфічні політичні метафори, котрі характеризуються тимчасовістю та оригінальністю [2: 35-38].

У політичному дискурсі Гіллари Клінтон переважають архетипні політичні метафори, з яких найбільшими групами є:

1) Метафори, в основі яких лежать образи домівки. Наприклад: *to build the world* (Hillary Clinton's speech at AIPAC, 2010). Вживання таких метафор акцентує увагу на єдності всіх жителів світу, і саме такий зв'язок є основою глобалізаційних процесів.

2) Метафори, в основі яких лежать образи природного циклу. Наприклад: *the state to flourish* (Hillary Clinton's speech in the Centre for Global Development, 2010). Така метафоризація забезпечує політику близькості з людьми на рівні когнітивних систем розуміння.

3) Метафори, пов'язані з образами сім'ї та сімейних відносин. Наприклад: *divorce their online actions* (The Newseum speech, 2010). Вживання таких метафор зумовлене процесом переоцінки пріоритетів та тенденцією до глобалізації.

4) Метафори, котрі містять образи циклу людського життя. Наприклад: *the birth of our republic* (The Newseum speech, 2010). За допомогою таких метафор інформація краще засвоюється адресатами.

Гіллари Клінтон також використовує специфічні політичні метафори, серед яких виділяються дві найбільші групи:

1) Метафори, в основі яких лежать військові образи. Наприклад: *to fight poverty* (Hillary Clinton’s speech in the Centre for Global Development, 2010). Такі метафори зазвичай використовуються, коли мова йде про негативні явища чи противників, яких потрібно побороти.

2) Метафори, пов’язані з фінансовою сферою діяльності людей. Наприклад: *to invest in our people* (Hillary Clinton’s speech in Council of Foreign Relations, 2010). Використання Гіллари Клінтон фінансової метафорики має на меті переконати, що США вкладає зусилля та кошти не тільки у матеріальні речі, але й у інші важливі сфери, які пов’язані з моральними цінностями.

Перевага у використанні архетипних метафор свідчить про яскраво виражену ціннісну орієнтацію політика, дотримання принципу політичної коректності, що допомагає досягнути ефекту зближення з людьми та підкреслити тотожність мислення політика та населення. З іншого боку, використовуються військові та фінансові метафори, котрі відображають сфери домінування США у сучасном світі. Крім цього, такі метафори є зрозумілими для населення США, оскільки торкаються найважливіших сфер його сьогодення.

### **Список літератури:**

1. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю. – М.: Институт русского языка АН СССР, 1991 – 140 с.
2. Юр’сва О. Г. Лінгвістичний вимір політичного маніпулювання: Дис. канд. політ. наук: 23.00.02 / Донецький національний ун-т. – Донецьк, 2006. – 199с.
3. Lakoff G., Johnsen M. Metaphors we live by. – London: Chicago press, 2003. – 310 p.



*Клименченко Марта Миколаївна,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

## СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУБСТАНДАРТНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ НА (МАТЕРІАЛІ ВІЙСЬКОВОГО СЛЕНГУ)

У зв'язку з динамічним характером розвитку мови, проблема вивчення субстандартних одиниць, яка цікавила таких дослідників як Е. Партрідж, С. Б. Флекснер, В. Фріман, М. М. Маковський, Менкен, І. Р. Гальперін, В. А. Хомяков, І. В. Арнольд, Т. А. Соловійов стає все більше актуальною [2: 16]. Проте, проблема вимагає подальшого дослідження.

Стаття присвячена аналізу структурних особливостей, на матеріалі американського військового сленгу. Метою статті є комплексне дослідження структурно-морфологічних особливостей утворення військового сленгу. На жаль не існує чіткого наукового визначення такого лінгвістичного явища як сленг. Проте, проаналізувавши дефініції сленгових одиниць, запропоновані такими вченими як Гальперін, Арнольд та Партрідж та беручи до уваги те, що не існує єдиного підходу в лінгвістиці стосовно визначення цього поняття, надалі будемо дотримуватись наступного визначення.

“Сленг перебуває в самому кінці можливих засобів мовного спілкування і включає різні форми мови, за допомогою яких люди можуть ототожнювати себе з певними соціальними угрупованнями, починаючи з дітей, молодих бізнесменів і хакерів, і закінчуючи злочинцями, алкоголіками та наркоманами” [1: 7].

Цей термін є багатозначним і належить до лексики обмеженого вжитку: має неофіційний характер та емоційну забарвленість. Питання лексичного складу сленгу включає в себе професіоналізми, жаргонізми, арго, вульгаризми, колоквіалізми, діалектизми та інші [3: 10]. Проте останнім часом все більше вживається термін сленг, який і відрізняється від вище згаданих одиниць субстандартної лексики ширшим використанням серед різних груп людей.

Отже, згідно з проведеним аналізом фактичного матеріалу, виді-

лено наступні способи словотвору американського військового сленгу, основними етимологічними засобами формування яких являється словоскладання – 20% (*dishwater, downhill, battleships*) та афіксація – 15% (*to hiten, to hiver, to bam*). Проте, не менш важливими є ще й такі способи формування субстандартної лексики як скорочення, до яких відносяться різні види абревіатур – 9% (*MO – medical office*) та акронімів – 6% (*USAF – United States Air Force*). Саме ці способи словотвору з кожним днем набувають все більшої популярності майже у всіх сферах людської діяльності, а особливо в політичній, військовій та технічній. Проаналізувавши способи поповнення субстандартної лексики, ми дійшли висновку, що словотвір займає найбільшу її частину – 91% (*belly-robber, bubble-chaser, fly-boy, grease-gun*), друге місце належить запозиченням – 6% і третю позицію займає індивідуальна словотворчість (3%), яка надає словам семантичного збагачення та досить яскравого емоційного забарвлення.

### Список літератури:

1. Балабін В.В. Сучасний американський військовий сленг// Мовні і концептуальні картини світу: Мови, культури та переклад у контексті Європейського співробітництва. – 36. наук. Праць – К.: Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2001. – С. 14 – 17.
2. Евсеев А.А. Становление статуса американизмов и их кодификация в лексикографии США: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04/ ЛГУ им. А.А. Жданова. – Л., 1986. – 16с.
3. Ерохина Т.В. Семантические особенности слэнга в сфере английской глагольной лексики// Сборник науч. трудов Москов. гос. ин-та иностранных яз. им. М. Тореза. – 1987. – Вып. 288. – С. 4-12.

*Ковч Аліна Миколаївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ЗАГОЛОВКИ СТАТЕЙ АНГЛОМОВНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА**

У сучасних засобах масової інформації дуже часто використовуються різноманітні методи маніпуляції суспільною свідомістю, тому необхідно проводити різнопланові дослідження текстів для того, щоб визначити рівень їх впливу на читацьку аудиторію. Газети та журнали є потужним інструментом вироблення у читачів ставлення до означеної проблеми. Це ставлення може сформуватися одразу після прочитання заголовка статті, тому досить важливо знати, в якій мірі керують соціумом засоби масової інформації, а для цього потрібно їх вивчати водночас на лінгвістичному та психологічному рівнях.

Об'єктом дослідження є заголовки статей англomовних періодичних видань.

Предмет – вплив заголовків статей англomовних періодичних видань на читача.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні рівня впливу засобів масової інформації на свідомість читачів. Для досягнення мети необхідно виконати ряд завдань:

- проаналізувати заголовки статей англomовних періодичних видань;
- зробити висновки та визначити рівень впливу на суспільну свідомість.

Особливістю газетного тексту є його потенціал у соціальному маніпулюванні читачами, адже будь-яке висловлювання – це намір одного суб'єкта здійснювати певний вплив на іншого [1: 68]. Газетно-інформаційний текст є одним з інструментів соціальної маніпуляції на індивідуальну та масову свідомість. Інформація у досліджуваному тексті завжди подається під визначеним автором кутом зору, що дає змогу здійснювати значний ідеологічний і психологічний тиск на читача.

Під час проведення дослідження було використано праці провідних спеціалістів в Україні у галузі психолінгвістики Засекоїної Л.В.

та Засекіна С.В., в яких започатковане розв’язання даної проблеми. В них подається концепт методів впливу на суспільну свідомість та формулювання способів визначення ступеня цього впливу.

Існує багато різноманітних засобів маніпуляції, у тому числі й лінгвістичних, використання стилістично забарвленої лексики, емоційно значущих слів, оцінної інформації тощо. У будь-якому інформаційному повідомленні, навіть у спортивному, можна визначити наміри та прихильність автора. Таким чином, попри домінування когнітивної інформації в повідомленнях газетних текстів, що виражена незалежними від контексту мовними засобами (цифрові дані, дати, власні імена, назви фірм та організацій тощо), їхній вибір й особливе розміщення в тексті дають змогу визначити конкурентну позицію автора.

Натомість, емоційна інформація здебільшого імпліцитна у газетному тексті [1: 70]. Тому виявлення імпліцитних (тобто непрямі виражених) компонентів змісту тексту є визначальним для прикладного дослідника, оскільки саме вони маркують характер та спосіб здійснюваного впливу пропонованої інформації та індивідуальну та групову свідомість реципієнтів. Емоційна інформація нерідко супроводжується оцінною, їхнє сполучення досить типове для підсилення ефекту сприйняття (наприклад, *terrible crime*). Цей метод маніпуляції досить часто використовується авторами газетних чи журнальних статей. Взяти, наприклад, заголовки статей у *The New York Times*: “An E-book Nightmare”; “Guilt – The Surest Destroyer in Love and Relationships”; “Disunion: Visualizing Slavery” та ін. [4].

Дуже важливим у вивченні засобів маніпуляції є поняття ксенофобії. Ксенофобія визначається як нав’язливий страх перед незнайомими особами; ненависть, нетерпимість до чогось або когось чужого, незнайомого, незвичного [3, 805]. Крім того, це також може бути почуття сильної неприязні, ненависті перед чужинцями або іноземцями, їхньою політикою чи культурою.

Ксенофобія спирається на цінності авторитарної особистості, для якої властива ціла низка специфічних якостей: неприйняття чужих груп, сліпе наслідування авторитетам (це досить чітко можна простежити у деяких заголовках статей у *The New York Times*: “Styled to a T | David Guetta”, “Mick Without Moss” та ін. [4]), механічне підпорядкування загальноприйнятим цінностям, стереотипність мислення, агресивність, цинізм, підвладність забобонам і т. ін.

Газетний текст відбиває не стільки реальні зв’язки та відношення між об’єктами чи подіями, скільки їхні образи, пропущені кризь

свідомість автора тексту. Тому формування ксенофобних настроїв, нетолерантних установок і страху перед чужинцями відбувається шляхом їхнього (нерідко штучного) конструювання авторами матеріалів у ЗМІ.

У практиці ЗМІ сьогодні широко використовуються методи підсвідомої стимуляції, коли ставлення аудиторії до тих чи інших явищ навколишнього середовища за допомогою стандартизованих спрощених уявлень (стереотипів, іміджів, міфів, чуток), які проникають у своєрідну стелю «організованих» новин, автоматично викликають у масовій свідомості негативну, або позитивну реакцію на конкретну подію [2: 3 - 5].

Завдання преси в процесі переконування – створити міцне, стійке ставлення до певного явища. Журналістика має широкий діапазон цілей і завдань переконуючого нав'язливого впливу. У ЗМІ часто використовуються привабливі для аудиторії цінності для заохочення її упереджень та інтересів; декларуються потреби читачів, а істинні наміри того, хто передає інформацію, не розкриваються.

Існує дуже багато способів маніпуляції суспільною свідомістю у ЗМІ, один із них – використання стилістично забарвленої, сильної, експресивної лексики. Цими мовними одиницями автор певним чином впливає на читача, схиляє його на свою сторону, нав'язує йому свої переконання, думки, стереотипи, ставлення до деяких речей, своє бачення певного питання. Самі того не розуміючи, ми піддаємося цьому впливу і дозволяємо маніпулювати собою, формулювати наші принципи та сприйняття.

Таким чином, можна помітити, що засоби масової інформації всіма можливими способами, а саме використанням різноманітних лексичних та психологічних методів впливу, намагаються заволодіти суспільною свідомістю, скерувати її в тому напрямі, який їм потрібен. Завдання тих, хто займається психолінгвістикою, полягає у визначенні рівня впливу ЗМІ на аудиторію для того, щоб освідомити її з тим, що з нею насправді роблять, ознайомити з отриманими результатами і тим самим зменшити цей вплив і послабити контроль з боку засобів масової інформації.

У ході дослідження було поставлено кілька завдань, які були в певній мірі виконані, та все ж залишається можливість подальшого проведення вивчення поданої теми, оскільки вона ще не повністю розкрита і мова, так само як і інформація, яка друкується в газетах та журналах, змінюється, тому питання впливу на свідомість читачів постійно залишається актуальним.

**Список літератури:**

1. Засекіна Л.В., С.В. Засекін. Психолінгвістична діагностика: навчальний посібник / Л.В. Засекіна – Луцьк: РВВ «Вежа», 2008. – С. 68 – 71.
2. Реклама: внушение и манипуляция: учебное пособие. / [Райгородский Д.Я.]. – Самара: Издательский Дом «БАХРАХ-М», 2001. – С. 3 – 8.
3. Colman, A.M. A Dictionary of Psychology / A.M. Colman – New York: Oxford University Press, 2003. – P. 805.
4. Most Popular Articles – The New York Times [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.nytimes.com/gst/mostpopular.html>

*Корольчук Юлія Анатоліївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ БІЗНЕСУ

В час економічного розвитку людства лексичний склад мови постійно зазнає змін. Це стосується і лексико-семантичного поля (далі ЛСП) та його лексичних одиниць (ЛО) сфери бізнесу в англійській мові. Адже, бізнесові відносини набувають найбільшого розвитку в англійських країнах світу завдяки економічній політиці цих держав.

Ідеї та принципи семантичного аналізу мови, об'єднані під загальною назвою «метод семантичного поля», були надалі сформульовані у працях А.А.Потебні, М.М.Покровського, Р.М.Мейера, Й.Тріра, Г.Штерберга, Г.Ібсена, В.Порціга, А.Йолеса та інших [2: 153]. Вагомий внесок у вивчення лексико-семантичних (ЛСП) полів зробив науковець Т.Щур у праці «Теорія поля в лінгвістиці». Він охарактеризував польові підходи до вивчення лексики, типологію лексико-семантичних полів З.Попової, О.Духачека, Р.Майера тощо [3: 31]. Праці саме цих вчених допомогли зрозуміти та структурувати знання про семантичне поле бізнес-мовлення в нашому дослідженні.

**Актуальність** дослідження. З розвитком цивілізації та постійним накопиченням нових знань змінюється і наше мовлення. Дана тема є актуальною і містить широке поле для майбутнього дослідження, оскільки процес поповнення мови бізнесу лексичними одиницями (ЛО) не можна вважати завершеним. Це зумовлено динамічним розвитком країн сучасного світу, економічний та соціальний потенціал яких залежить, значною мірою, від ділових відносин [4: 4].

**Об'єктом** дослідження є лексико-семантичне поле «бізнес-мовлення» в сучасній англійській мові.

**Предметом** дослідження є ЛО та структура їх організації в лексико-семантичному полі бізнесу, а також категоризація досліджуваних одиниць.

**Метою** дослідження є детальний аналіз особливостей мовлення, вивчення поняття лексико-семантичного поля та його структури, що полягає у семантичному опрацюванні лексики та її систематизації.

Не зважаючи на масштабний розвиток семантики, яка займається вивченням семантичних полів, а також розвиток мовлення у сфері бізнесу, яке охоплює різні важливі сфери людського буття, на сьогодні не можна знайти напрацювань щодо створення системності одиниць цього поля. Це пояснюється тим, що по-перше, мова постійно збагачується новими ЛО та значеннями. По-друге, вона є гнучкою та змінною (ЛО одного поля перетинаються з одиницями іншого) [1: 6].

Структура семантичного поля БІЗНЕС є доволі складною та багаторівневою. Таке явище спричинене перш за все тим, що ділове мовлення обслуговує різні сфери діяльності людини. Таким чином, структуризувавши найосновніші мікрополя (в яких використовується бізнес- мовлення), їх можна виділити тринадцять: *Advertising, Banking, Company Structure, Contracts, Employment, Import – Export, Insurance, Law, Marketing, Meeting, Money, Presentation, Selling*.

Застосувавши статистичний метод В.Левицького було здійснено чітку стратифікацію складу лексико-семантичного поля. Згідно підрахунків, до центру лексико-семантичного поля ділового мовлення належать такі поняття: *business, occupation, employment, industry, assignment, bargaining, career, commerce, company, corporation, dealings, establishment, firm, function, task, trade, trading, job, merchandising, métier, organization, problem, responsibility, selling, transaction, work*. Такими словами, які розташовані ближче до центру й разом із ним становлять ядрну частину поля є: *craft, duty, subject, issue, manufacture*. До слів, які пов’язані з периферійними значеннями слів-ідентифікаторів і формують периферійну частину даного лексико-семантичного поля, належать: *custom, pursuit, affair, calling, concern, enterprise, topic, line, matter, palaver, question, venture, vocation* [5: 98].

Далі, в процесі дослідження, за допомогою компонент-аналізу ми проаналізували дану ономаціологічну парадигму, за такими ознаками: **work, activity, job/proffesion, task/assignment, production, financial dealings, people relationships, organization/company, selling/buying**.

Для цієї парадигми було виділено класему - номінацію на позначення діяльності (activity) або ж роботи (work). Інтегральна ознака production є властива лише для ЛО business, industry, craft, line. Така диференційна ознака як selling/buying (financial dealings), як не дивно, властива не для всіх ЛО поля бізнесу, а саме вона не ви-



явилась у ЛО *occupation, pursuit, assignment, calling, career, concern, corporation, craft, function, subject, task, topic, metier, point, problem, question, responsibility*. До того ж, інтеграційною виявилась ознака *people relationships* не для всіх ЛО, а лише для: *business, custom, industry, affairs, commerce, company, corporation, dealings, establishment, firm, trade, organization, palaver*.

Проаналізувавши кожну із вищезазначених лексичних одиниць, розглянувши їхні інтегральні та диференційні ознаки робимо висновок, що лексема **Business** є найзагальнішою і найбільш вживаною серед інших, має найглибший понятійний об'єм, а тому займає провідну позицію у даній ономасіологічній парадигмі. Синтезуючи всі семантичні ознаки цього поняття, можемо вивести загальне визначення, а саме: *business is the sphere of a human activity itself or an activity of buying and selling goods. This notion can be related to the job or an amount of work done by someone, a company or an organization.*

У результаті багатоступеневої ідентифікації ми змоделювали лексико-семантичне поле BUSINESS та визначили його структуру. Компонентний аналіз словникових дефініцій дає можливість не тільки ідентифікувати досліджувані лексеми, а й установити якісні характеристики кожного слова, їх взаємозв'язки та місце кожної з лексичних одиниць у ядерно-периферійному структуруванні поля.

Отже, детально проаналізувавши структурні одиниці лексико-семантичного поля бізнесу та вивчивши його класифікацію, можемо зробити такі висновки: лексико-семантичне поле бізнес-мовлення є первинним, адже завдяки стилю, в якому воно вживається, його структурні одиниці є основними та структурно необхідними. Воно є також словесним, адже ядром є слово. ЛСП, об'єднане семантикою слова «business», є напівштучне, оскільки складається з професійних понять та термінології, та лише відносно автономне, адже його лексичні компоненти входять до складу інших лексико-семантичних полів поза сферою бізнес-мовлення. Лексичні одиниці, що входять до складу ЛСП є взаємозалежними, між якими існують семантичні відношення смислової подібності (синонімії), відношення протиставлення (антонімії) та відношення смислового включення (гіпонімії).

#### Список літератури:

1. Кочерган М.П. Слово і контекст: лексична сполучуваність і значення слова. – Львів: Вища школа, 1980. – 183 с.
2. Лабов У. Исследование языка в его социальном контексте./Новое в лингвистике, вып. 7 М.: Прогресс, 1975.- с. 152-216.

3. Левицький В.В., Огуй О.Д., Кійко Ю.С., Кійко С.В. Апроксимативні методи вивчення лексичного складу. – Ч.: Рута, 2000. – 136 с.
4. Левицький В.В. О причинах семантических изменений // Семантические процессы в системе языка. – Воронеж: Воронеж.ун-т, 1984. – С.3-9.
5. Попова З.Д. Полевые структуры. – Воронеж, 1989. -192 с.
6. Oxford Advanced Learner's Dictionary / Ed. By S.Wehmeier. – 7th edition – 2005.
7. Roget's Thesaurus of English Words and Phrases. - Oxford.: Oxford University Press, 2000
8. Webster's Ninth New Collegiate Dictionary / Ed. By Ph. Gove-Springfield. – Massachusetts, 1986.

*Коротчук Наталія Василівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З КОМПОНЕНТОМ ФІТОНІМОМ (НА МАТЕРІАЛІ “CHAMBERS DICTIONARY OF IDIOMS”)

Статтю присвячено фразеологічним одиницям (ФО) англійської мови з компонентом фітонімом. У дослідженні запропонована класифікація та семантичний аналіз ФО з “Chambers Dictionary of Idioms”.

The article is devoted to English phraseological units with the component-phytonym. The classification and semantic analysis of phraseological units from “Chambers Dictionary of Idioms” is proposed.

Вивчення фразеології характеризує не лише кількість опублікованих робіт, але і їх характер. Дослідженням теоретичних питань обсягу, плану змісту і вираження фразеології, класифікації фразеологізмів, стилістика фразеологічних одиниць займалися такі вчені як А.В. Курнін [4: 43-84], Я.А. Баран [1: 21], К.Т. Баранцев [2: 193] та інші.

**Метою** даної статті є виявлення та аналіз фразеологізмів з компонентом фітонімом, вибраних з “Chambers Dictionary of Idioms”. Стаття опирається на положення праць у галузі фразеології, зокрема на аналізі семантики фразеологізмів.

**Актуальність** полягає в тому, що вперше було досліджено ФО з омонімічним компонентом вперше досліджено у словнику “Chambers Dictionary of Idioms” з їх широкими можливостями у вираженні емоційно-оціночного ставлення людини до навколишньої дійсності. Саме у цих стійких сполуках розкриваються уявлення народу про світ і специфічні національні особливості його ментальності.

Застосовані у ході дослідження елементи аналізу семантики фразеологічних одиниць фітонімів англійської мови у визначеній ступені можуть сприяти розширенню наших уявлень про національно-культурні аспекти фразеологічного розвитку даної мови.

Фразеологічні одиниці із знаками рослинного світу, як частини біоморфного коду культури, використовуються на позначення інших культурних кодів. Стереотип як соціокультурно маркована одиниця ментально-лінгвального комплексу представника певної етнокуль-

тури реалізується у мовному спілкуванні у вигляді нормативної локальної асоціації до стандартної для даної культури ситуації спілкування [5: 98].

У ході нашого дослідження ми виокремили 29 ФО з фітонімічним компонентом, які утворили 7 груп, а саме фразеологізми з компонентом фітонімом квітів, трав, овочів, дерев, кущів, ягод та зернових культур.

Кількісні данні виявилися такими: група квіти та дерева становлять 20,7% від загальної кількості ФО з компонентом фітонімом; третя група трави – 17,2%; наступна група овочі становить 13,8%; найменшими за кількісною ознакою виявилися групи ягоди та зернові культури – 10,3% та група кущі – 6,9%. Наприклад, *an old chestnut* [7: 73], *beating about the bush* [7: 58], *cool as a cucumber* [7: 90].

Переважання фразеологізмів із негативною оцінкою рис характеру людини серед проаналізованих одиниць свідчить про схильність людини звертати увагу на недоліки. Негативна оцінка у ФО передає соціально обумовлені оцінки властивостей людської особистості. Відхилення від норми в позитивний бік не викликає такої гострої реакції і не провокує появи значної кількості ФО.

Серед фразеологізмів із зазначеним компонентом є й такі, які важко віднести як до тих, що мають негативну конотацію, так і до тих, що мають позитивну – це створювало своєрідну складність роботи. Слід також зауважити, що в рамках однієї етнокультури відношення до певних пареміологічних концептів не завжди однакове. Завжди присутній компонент оцінювання, тобто схвальна чи несхвальна оцінка, яка міститься в значенні фразеологізму.

Феномен формування немотивованих властивостей реалій, на думку Н.І.Сукаленко, пояснюється специфікою сфери спілкування, що є максимально відкритою для спонтанних емоцій і максимально вільною від раціонального елемента [6: 63].

Отже можна зробити *висновок*, що фразеологізми-фітоніми надають мові експресивної емоційності, створюючи яскравий ряд асоціацій. Велика кількість фразеологізмів утворилася на основі спостережень за поведінкою, зовнішнім виглядом та якість рослин. ФО із компонентом фітонімом характеризуються подвійним смислом, і значення складових слів стійкого словосполучення створюють певну картину, але фактичне значення всієї одиниці створює цілком новий образ. Застосовані у ході дослідження елементи аналізу семантики фразеологічних одиниць фітонімів англійської мови у визначній ступені можуть сприяти розширенню наших уявлень про національно-культурні аспекти фразеологічного розвитку даної мови.

**Список літератури:**

1. Баран Я.А. Основні питання загальної та німецької фразеології / Баран Я.А. – Львів: Вид-во Львівського державного університету, 1980. – 155 с.
2. Баранцев К.Т. Курс лексикології сучасної англійської мови / Баранцев К.Т. – К.: Радянська школа, 1955. – 262 с.
3. Воробьев В.В. Лингвокультурология в кругу других гуманитарных наук / В.В. Воробьев // Русский язык за рубежом. – 1993. – № 2-3. – С. 76-82, 95-101.
4. Кунин А.В. Английская фразеология / Кунин А.В. – М.: Высшая школа, 1970. – 344 с.
5. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Прохоров Ю.Е. – М.: Изд-во. ИКАР, 1997.– 228 с.
6. Сукаленко Н.И. Отражение обыденного сознания в образной языковой картине мира / Сукаленко Н.И. – К.: Наук. думка, 1992. – 162 с.
7. Chambers Dictionary of Idioms: English-Ukrainian Semibilingual [ред. В.В. Руденко]. – К.: Всеуито, 2002. – 475 с.

**Костюк Ольга Олександрівна,**  
*Національний університет «Острозька академія»*

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕЗІЇ ЕМІЛІ ДІКІНСОН

**Актуальність** запропонованої теми статті вбачається у тому, що поезія –жанровий різновид, який в зв’язку з певними стилістичними особливостями викликає у реципієнта труднощі для розуміння. Фонетичні, лексичні та синтаксичні засоби творять не лише форму, художнє обрамлення поезії, а й зміст.

З цього випливає **основне завдання** цієї статті – проаналізувати стилістичні засоби кожного рівня мови (фонетичний, лексичний, синтаксичний) та зробити висновки про їх вплив на читача, слухача. Для аналізу було обрано поезію Емілі Дікінсон “The Daisy Follows Soft the Sun”. Нижче наведемо текст поезії.

The Daisy follows soft the Sun  
 And when his golden walk is done -  
 Sits shyly at his feet -  
 He – walking – finds the flower there -  
 Wherefore – Marauder – art thou here?  
 Because, Sir, love is sweet!  
 We are the Flower, Thou – the Sun!  
 Forgive us, if as days decline -  
 We nearer steal to Thee!  
 Enamored of the parting West -  
 The peace – the flight – the Amethyst -  
 Night’s possibility!

У поезії „The Daisy Follows Soft the Sun” поетеса малює прекрасну картину заходу сонця. Навіть маргаритка не може відвести погляд, вона постійно спостерігає за небесним світилом. Образ маргаритки для Емілі Дікінсон є одним з найчастіше вживаних. Поетеса фокусує увагу на непримітних представниках природи, на тендітній, маленькій, милій квітці. Її трепет поетеса передає на фонетичному рівні, використовуючи алітерацію /f/ - *follows soft, finds the flower, forgive us, /s/ - Daisy follows soft the Sun, Because, Sir, love is sweet.* Емілі Дікінсон підбирає глухі і шиплячі звуки, коли мова йдеться про

Маргаритку - „*The Daisy Follows Soft the Sun*”, *sits shyly at his feet*; і дзвінки, сонорні /g/, /n/, /w/, /d/, коли мова йде про Сонце - *and when his golden walk is done*. Таким чином поетеса підкреслює велич Сонця і простоту Маргаритки. Асонанс /o/ у словах *follows soft, golden walk is done, love is sweet, We are the Flower; Thou – the Sun!* навіть за своїм звучанням і формою схожий на Сонце.

На лексичному рівні у поезії використано майже всі слова з позитивною коннотацією – *Daisy, soft, golden, shyly, love, sweet, enamored, flight, peace, Amethyst*. Ці слова належать Маргаритці. Емілі Дікінсон використала слово з негативним забарвленням “мародер” (*Marauder*) у звертанні Сонця до Маргаритки. Сонце поводить себе як начальник. В той час, як Сонце називає Маргаритку Мародером, вона звертається до нього з повагою “Sir”.

У поезії використана літературна лексика – *enamored*, застаріла – *art thou*, що означає *you are*, коли йдеться про розмову з однією особою.

Маргаритка уособлює життєву енергію, а Сонце – джерело життя. З рядка *We are the Flower; Thou – the Sun!* можна зробити висновок, що під Маргаритками Емілі Дікінсон має на увазі людей, а під Сонцем – саме життя. Людина спостерігає за життям навколо, милується красою і дякує за гармонію, політ, пурпуровий захід сонця і ніч попереду. Поетеса оживляє природу за допомогою персоніфікації. Маргаритка водить очима за Сонцем („*The Daisy Follows Soft the Sun*”), Сонце ходить (*his golden walk, finds the flower*), розмовляє з Маргариткою (*Wherefore – Marauder – art thou here?*). Крім того, слова *Daisy* і *Sun* написані з великої літери. За допомогою епітета *golden walk* поетеса наповнює поезію світлом, читач бачить перед собою поважну, золоту ходу Сонця. Метафора *days decline* виражає стихання дня, перед читачем постає картина Сонця, яке починає заходити за горизонт. Метонімія *sits shyly at his feet* виражає покірність Маргаритки, вона сидить біля ніг Сонця. Епітет *sweet love* виражає захоплення і любов Маргаритки до навколишнього світу. Маргаритка, як і всі квіти, закохана в захід Сонця, *enamored of the parting West*. Вона говорить за всіх квітів (*we are the Flower*). Для них захід Сонця – це гармонія, політ, Аметист і ніч попереду (*The peace – the flight – the Amethyst -Night’s possibility!*).

На синтаксичному рівні Емілі Дікінсон використовує асиндетон. У багатьох випадках сполучники відсутні. Наприклад у фразі *We are the Flower; Thou – the Sun!* Безсполучниковий зв’язок служить для протиставлення та визначення понять і здійснюється за допомогою тире. Маргаритка пояснює у такий спосіб і просить вибачення, якщо квітам не вистачило дня, для того, щоб любити Сонце (*Forgive us, if*

*as days decline - We nearer steal to Thee!*). Тире також служать для вираження захоплення, звеличення - *The peace – the flight – the Amethyst -Night's possibility!*. Підсилює цей ефект прийом перерахування, а також створює враження багатства і багатогранності.

Часте порушення загальноприйнятих норм англійської мови через присутність еліпсису (*Because, Sir, love is sweet!*), безсполучникового зв'язку, компенсується частотністю їх вживання. Фрагментарність мовлення та перенасичення віршів тире сприяють глибині смислового наповнення, стимулюючи читача експериментувати з баченням словесно-поетичних образів завдяки реконструкції пропущених елементів речень залежно від особливостей світогляду читача. Для того, щоб дія здавалася реальнішою і ближчою в часі, поетеса використовує паралельні конструкції в теперішньому часі – *the Daisy follows, sits shyly, he finds*.

Отже, проаналізувавши поезію Емілі Дікінсон, можна зробити висновки, що глобальні теми життя і смерті, людини і природи, сенсу життя, відображаються у дуже лаконічній формі за допомогою яскравих образів. Глибокий погляд на духовні цінності конденсується у метонімії, епітеті, метафорі, порівнянні. Окрім широкого використання лексико-семантичних стилістичних прийомів, поетеса часто використовує різноманітні синтаксичні стилістичні засоби (еліпс, називні речення, асиндетон, повтори, перерахування, паралельні конструкції, відокремлення членів речення, риторичні питання), щоб компенсувати відсутність рим і надати поезії нестандартного, цікавого вигляду.

### Список літератури:

1. Антрушина Г. Б., Афанасьєва О. В., Морозова Н. Н. Лексикологія англійського язика. – М.: Дрофа, 2000. – 288 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. - М: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
3. Дудик П. С. Стилистика української мови. Навч. Пос. - К.: Видав. центр “Академія”, 2005. - 368 с.
4. Кухаренко В. А. Практикум зі стилістики англійської мови. Підручник. - Вінниця: Нова Книга, 2003. - 160 с.
5. Лихачев Д. С., Панченко А. М. Проблемы теории стиха. Ленинград. Издательство «Наука» Ленинградского отделения, 1984. – 251 с.
6. Мацько Л. І. Стилистика української мови. Підручник, - Київ, Вища школа, 2003. - 582 с.
7. Пелевина Н. Ф. Стилистический анализ художественного текста. Учеб. пос. для студентов пед. ин-тов по спец. “Иност. яз.”. Л.: “Просвещение”, 1980. - 272 с.
8. Пономарів О. Д. Стилистика української мови. -Київ: “Богдан”, 2000. – 289 с.
9. John Peck. How to study a poet. Macmillan Publishers LTD., 1991. – 178 p.



*Крайчинський Едуард Олексійович,  
Національний університет «Острозька академія»*

## АНГЛІЙСЬКІ ЛО НА ПОЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ МУЗИЧНОГО ТВОРУ

**Актуальність теми** представленої статті вбачається у зацікавленості мовознавців (Є.С.Кубрякова, Л.А. Лисенко, А.І.Кузнецова, І.В. Арнольд, В.В.Левицький А.П.Грищенко, Л.І. Мацько) до вивчення комунікативного аспекту англійської мови, що дає можливість визначити, описати й узагальнити проблеми семантики тематичної групи англійської лексики на позначення змісту музичного твору, що ще не були предметом спеціального системного лексикологічного аналізу й висвітлені недостатньо, тому обрана тема буде цікавою. Матеріалом статті слугують понад 50 англійських ЛО, що репрезентують дану лексику, що відібрані методом суцільної вибірки із сучасних музикознавчих часописів (Classical Music), спеціальної та довідкової музичної літератури.

**Мета статті** виокремити, систематизувати та описати особливості семантики англійської лексики, що вживається на позначення змісту та засобів виразності музичного твору. Поставлена мета визначила необхідність вирішення таких основних завдань: розглянути загальні питання семантики та провести критичний аналіз літератури за проблемою дослідження; відібрати та систематизувати англійську лексику зі сфери музики, зафіксовану в основних лексикографічних джерелах та джерелах Інтернет-ресурсу; визначити роль і місце лексики на позначення музики у словниковому складі англійської мови.

Мова та музика поєднує людину зі світом, дає людині знання про світ. Мова взагалі й мова музики відтворюють дійсність [5: 24–25]. Мова становить впорядковану систему, в якій отримана інформація систематизується, зберігається і може бути легко почерпнута. Як стверджує М.В. Гамзюк, в основі цієї системи лежать асоціації [2: 75], що виникають у людини після прослуховування музичного твору.

Англійські ЛО зі сфери музики, як одного з видів мистецтва, відображають дійсність і є засобом пізнання життя. Лексика зі сфери музики відображає дійсність своєрідно, через художній, в даному

випадку музичний образ, сила якого в його узагальненні і глибокому емоціональному змісті. Кожний музичний твір має певний зміст, виражає певні ідеї, почуття, настрої людини [6: 69].

Основними семантичними ознаками змісту музичного твору, виділеними в ході аналізу його лексичної репрезентації, є ЛО: «гармонія» – *harmony*, «забарвлення звуку» – *melody/ melodic(s), timbre*; «ритміка» – *rhythmic(s)*, «темпо» – *tempo*. Цими ЛО диференціюють властивості музичної мови, де розрізняють ЛО *music significance, music emphasis, music distinctness*.

Цікавою для дослідження ЛО на позначення змісту музичного твору є термін *harmony*, що походить від грец. іменника *harmonía*, почерпнутого від грец. дієслова *harmozo*, «to fit together, to join». Слово *harmony* є багатозначним, полісемічним і включає ряд дефініцій: 1) приємна для слуху злагожденість звуків; 2) милозвучність; 3) закономірне поєднання тонів при одночасному звучанні; співзвуччя [8: 238].

На позначення гармонійності виконання музичного твору в англійській мові існує ряд синонімів. Сукупність усіх синонімів певного змісту називають синонімічним рядом. Багато представлений в англійській мові синонімічний ряд ЛО: *harmonious, concord, tunable, unison, chime, homophony, euphony, tonality, consonance, consent* і т. ін. Члени ряду ідентифікуються семантично і стилістично відносно домінанти ряду, тобто слова семантично найбільш простого, стилістично нейтрального і синтагматично найбільш закріпленого. В даному синонімічному ряду ЛО *harmonious* виступає, як домінанта, що втілює семантику ряду, а зазначені ЛО вживаються для вираження контексту з різними конотативними та стилістичними відтінками [4: 204].

Антонімічний синонімічний ряд становлять ЛО: *discordant, dissonant, out of tune, tuneless, unmusical, untunable, unmelodious, unharmonious, inharmonious, cacophonous, jarring, harsh*, де антонімічність значення досягається в деяких ЛО негативно конотованими суфіксами *un-; in-; dis-*, що впливає на підсилення висловлювання мовця під час характеристики змісту музичного твору. Ці ЛО несуть різне експресивне забарвлення, тому характеризуються різною сполучваністю і не завжди можуть взаємозамінятися.

ЛО *melody* (від грец. – *singing, chanting*) – це форма викладу музичної думки, вираження музичної думки, що становить основний елемент змісту музики. Лексика на позначення мелодії є різноманітною і перебуває у широкому вжитку. Складовими ознаками поняття

*melody* є в основному ЛО грецького та французького походження: *intonation/ intonation contents, melodic interval, clef, note, musical note*, що, поряд з ЛО на позначення сили і тривалості звучання, можуть самостійно і вичерпно втілювати найрізноманітніші музичні образи [7: 52]. Зазначені ЛО представляють форму звукового мислення, становлення художньої думки, об'єктивованої у музичному мовленні. Крім того, при характеристиці мелодії у центрі уваги перебувають музично-акустичні характеристики звуку, а саме: *висота, гучність, тривалість, тембр, ритм* тощо.

**Висновки.** Здійснений у статті опис англійських ЛО на позначення змісту музичного твору дозволяє константувати, що в основному сюди входять ЛО на позначення мелодії, ритму, ладу, динаміки, тембру, гармонії, для характеристики яких вживається значна кількість синонімічних та антонімічних ЛО. Описані ЛО становлять близько 23 % нашої вибірки й у кількісному відношенні займають друге місце у лексичі зі сфери музики.

#### Список літератури:

1. Арнольд И.В. Стилистика современного русского языка. – Москва: Высшая школа, 1999. – 345 с.
2. Гамзюк М.В. Проблемы семантики слова, речення та тексту. – Вип. 4. – Київ: Видавничий центр КДЛУ. – 2000. – 288 с.
3. Драганчук В.М. Музыка, як фактор психокоригування: історичний, теоретичний і практичний аспекти. Автореф. дис. канд. мистецтвознавства. – К: Нац. муз. акад. України ім. П.І.Чайковського, – 2003. – 19 с.
4. Єфімов Л.П., Ясінецька О.А. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 240 с.
5. Каргин А.В. Национально-культурная парадигма. Вестник МГУ. – Серия 19. // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 4. – С. 78–84.
6. Bosch E. Cognitive Representation of Semantic Categories// Journ. Exp. Psychology., General, 1995. – 648 p.
7. Intons-Peterson M.-J. Components of auditory imagery // Auditory imagery / D. Reisberg (Ed.). – Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. – P. 45–71.
8. Roget's Thesaurus of English Words and Phrases / R.A. Dutch. – New York: Penguin Books, 1978. – 712 p.
9. [www.allmusic.com](http://www.allmusic.com)
10. <http://eslu.cce.edu/HLTSurvey/ch3node8.html>
11. [www.grovemusic.com](http://www.grovemusic.com)
12. <http://elt.britishcouncil.pl/elt/index.html>

*Ксьондзик Антон Петрович,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ФУНКЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ СИНОНІМІВ У ПРОМОВАХ СТІВЕНА ХАРПЕРА, ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА КАНАДИ

В умовах розвитку сучасної лінгвістичної науки особливої актуальності набуває вивчення мовленнєвої поведінки ораторів, зокрема політичних діячів, значення та функції лексичних одиниць, відібраних ними для зовнішнього впливу на великі аудиторії. Таким чином, актуальність теми пояснюється зацікавленістю до засобів донесення думки та її аргументації із подальшим нав'язуванням публіці через застосування синонімів.

**Об'єктом** цього дослідження є синоніми у промовах Стівена Харпера, а предметом – особливості функціонування синонімів у політичному дискурсі Стівена Харпера.

**Мета** даної публікації – теоретично обґрунтувати та класифікувати використання синонімів у промовах Канадського прем'єр-міністра.

Беручи до уваги здатність синонімів відтіняти різні аспекти змісту, вони широко використовуються в політичному дискурсі [2: 93-98]. Як свідчать промови Стівена Харпера, є тенденція до частих повторів однакових ідей перед публікою, що згодом призводить до зниження її зацікавленості, тому для утримання уваги аудиторії важливим постає вміння виразити повторювану думку різними способами [1: 210]. Таким чином, це вміння дозволяє уникнути тавтології та підвищити звернення уваги до думки мовця, тому мовленнєві повтори та ефект різноманітності ідей мають сприятливі умови з психологічної точки зору для засвоєння публікою промов політичного діяча [3: 270].

Аналіз політичного дискурсу Стівена Харпера визначив, що серед основних функцій синонімічного повторення у його промовах виділяються функції уточнення, оцінювання, тотожності та емотивна функція.

Однією із найпоширеніших функцій синонімічного повтору в політичному дискурсі Стівена Харпера є функція уточнення, коли по-

переднє слово/словосполучення доповнюється кожним наступним синонімом, уточнюючи чи надаючи пояснення: «*We are bonded by the tens of thousands of Ismailis who call Canada home. Beginning with their flight from brutal repression in Uganda, Ismailis have adapted quickly and successfully to life in Canada, becoming leaders in our communities*» [PPE]. У наведеному прикладі функція уточнення реалізується завдяки використанню другого речення, яке розширює та доповнює словосполучення «*Ismailis who call Canada home*».

Стосовно функції оцінювання, вона реалізується через контекстуальні синоніми, що індивідуалізують явища, виділяючи ті якості, які політичний діяч вважає важливими. Контекстуальні синоніми глибоко дають оцінку тому, про що йдеться, наприклад: «*Corporal Hayward Arnal, “utterly fearless” man, a man who gave his life defending the values...*» [PM].

Функція тотожності зумовлена вимогою стилістично урізноманітнити промову та передбачає тотожність лексичного значення і, отже, повну взаємозамінність синонімів: «*...all regions of the world are seeing a rapid slowing of economic growth, so-called “synchronized” global recession, at the same time hitting different countries...*» [АСЕАР].

Окрім того, Стівен Харпер використовує прийом нанизування синонімів, коли посилюється емоційність, тобто використовується експресивно-стилістична (емотивна) функція синонімів, що і створює градацію значення, наприклад: «*I say this not just to Jews but to gentiles everywhere: it is important to remember that history teaches us that those who aim to destroy the Jewish people, to destroy the nation of Israel, that kind of spirit will not be quenched by that objective*» [SWT].

Отже, проведений аналіз промов Стівена Харпера дозволив виявити особливості використання синонімів в політичному дискурсі та визначити основні функції синонімічного повтору: уточнення, тотожності, оцінювання та емотивну функції. Така здатність синонімів сприяє глибшому опису явищ дійсності.

### Список літератури:

1. Павлова К. Г. Психология спора: логико-психологические аспекты. – Владивосток: Наука и мир, 1988. – С. 210.
2. Щипицына А. А.. Соотношение дескриптивных и оценочных прилагательных в политическом дискурсе. – Екатеринбург: Правда, 2007. – С. 93-98.
3. Sproule, J. Michael. Speechmaking: An Introduction to Rhetorical Competence. – New York: University Press, 1991. – P. 270.

**Список джерел ілюстративного матеріалу:**

1. PPE—“Peace, Prosperity and Equality Through Pluralism”
2. PM—PM joins groundbreaking ceremony of historic Canadian Human Rights Museum
3. ACEAP—Accelerating Canada’s Economic Action Plan: Cutting Red Tape
4. SWT—Spreading the Wisdom of the Torah: Prime Minister Attends Dedication Ceremony for the Ernest Manson Lubavitch Centre

**Кульпека Н. В.,**

*Кам'янець – Подільський національний університет імені Івана Огієнка*

## МЕТАФОРИЧНІ КОНЦЕПТИ ОПТИМІЗМУ (МИРУ ТА НАДІЇ) У ПОЕЗІЇ Т. С. ЕЛІОТА

Огляд літератури з теорії метафори у роботах Арнольд, Арутюнової, Баранова, Блека та інших демонструє наскільки широким є розходження думок щодо визначення метафори. Д. Девідсон, наприклад, розглядає метафору як вид комунікації, що передає брехню та правду про світ [1: 173].

Пізнавальна функція метафори викликала інтерес у багатьох дослідників сучасності, а саме: Налімова, Лакоффа, Арутюнової, Склярєвської тощо. Дж. Лакофф, зокрема, вважає, що метафора – це використання знака однієї концептуальної сфери на позначення складника іншої, вона керується досвідом набутим у спільній діяльності [2: 329]. Проте найсучасніше пояснення механізму метафори здійснюється у когнітивному аспекті. Адже метафора існує у вигляді метафоричного концепту в людській свідомості. Поняття «когнітивної метафори» першим увів М. Блек, який називав когнітивною метафору, котра не виконує експресивної функції [2: 153]. Як стверджує Е. Макормак, метафора передбачає схожість між властивостями її семантичних референтів, оскільки вона повинна бути зрозумілою та сугестивною, тобто створювати деякий новий зміст. Проте ці рівні не є взаємовиключними [2: 358].

Якщо метафори розглянути зсередини, то вони функціонують як когнітивні процеси, за допомогою яких ми поглиблюємо наші пізнання про світ і створюємо нові гіпотези. Якщо ж їх розглянути ззовні, то метафори функціонують у якості посередників між людським розумом та культурою.

Дослідження авторських метафоричних концептів видається досить актуальним та перспективним завданням когнітивної лінгвістики.

**Мета** статті: *виявлення метафоричності у поезиї Т.С. Еліота та аналіз її контекстуальної значимості.*

Розглянемо концепти МИРУ ТА НАДІЇ, на прикладі поетичних метафор Еліота: *Grant us thy peace* (“A Song for Simeon”) [3: 192],

*Our peace is in His will; Peace, but not the kiss of peace* (“Murder in the cathedral”) [3: 235]. Трактуючи метафори надії, ми маємо справу з ознаковими метафорами, миру – онтологічними. Аналізуючи приклади, можна сказати, що Еліот використовує як і прості – *Hope to find* (“Landscapes”. Usk) [3: 204], так і поширені метафори – *What peace can be found to grow between the hammer and the anvil* (“Ash-Wednesday”) [3: 21]. Також ми знаходимо антропоморфний метафоричний епітет, який приписує людські властивості та дії тварині чи предмету – *The deceitful face of hope and despair* (“Ash-Wednesday”) [3: 28].

Проте концепт НАДІЇ тут трактується неоднозначно: не тільки як позитивне явище, а ще й втілення облуди та брехні: *The deceitful face of hope and despair* (“Ash-Wednesday”). Не останню роль у такому трактуванні відіграли модерністські погляди Т. С. Еліота. Варто не забувати і про контекстуальне забезпечення метафори, результатом якого є фільтрація - поєднання нових ознак із старим значенням і формування нового концепту на базі досвіду мовців, їхньої етнічної культури.

У підсумку можемо зауважити, що метафори не тільки забезпечують додаткову експресивну насиченість тексту, а й служать певним критерієм сприйняття зовнішнього світу. Коли ми маємо на меті сказати, що “ означає ” метафора, то невдовзі розуміємо, що переліченню не може бути кінця.

### **Список літератури:**

1. Теория метафоры: Сборник / Под ред. Н.Д.Арутюновой и М.А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – 499с.
2. Селіванова Олена. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
3. Т.С. Еліот. Избранная поэзия / Под редакцией Л. Аринштейна – СПб.: Северо-Запад, 1994. – 446 с.



*Курдаєв Андрій Олександрович,  
Національний університет «Острозька Академія»*

## КРИТИКА СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ В ПОВІСТІ «МАНТИСА» ДЖОНА ФАУЛЗА

Джона Фаулза називають постмодерністом, а часом навіть одним із найяскравіших представників цього напрямку. Англійський письменник творив саме в час становлення постструктуралістської доктрини і бурхливого розвитку літературного постмодернізму, тому не міг у своїх творах уникнути проблематики постмодерного дискурсу. В той же час, будучи тісно зв'язаним з традицією та симпатизуючи ідеям прерафаелітів, він не міг повністю в нього увійти.

У 1982 році Джон Фаулз видає повість «Мантиса», яка багато в чому є сатирою на деконструктивістське мислення та постструктуралістський підхід до літератури. При цьому письменник використовує цілком постмодерністський прийом, названий псевдодокументалізмом, або ж новим документалізмом. Оскільки «Мантиса» є романом про сучасний роман, пародією на нього, а постмодерний роман по суті є пародією на масову культуру, то твір Д. Фаулза стає пародією на пародію, постмодерним метароманом. Одним із головних об'єктів критики автора постає сучасне суспільство.

Не сприйнявши культурного продукту, який був приготовлений радянською системою, нове покоління успішно спожило інший, привезений з-за океану і вдало піднесений американською пропагандою. В цьому і проявляється актуальність критики сучасної культури. Об'єктом є вищезгаданий роман Джона Фаулза «Мантиса». Одним із найважливіших аспектів твору є критика маскультури і її споживача, що і становить предмет статті. Мета – виявити приклади такої критики у розгляданому романі.

У 1967 році Гі Дебор писав про формування нового соціуму, який він називає «суспільством театру», і в якому істина, справжність та реальність більше не існують, а їм на заміну прийшли шоу-політика та шоу-правосуддя. Гі Дебор розрізняє дві форми шоу-влади: концентровану та дифузну. Обидві є по суті брехнею, а за мету ставлять суспільство. Перша сприятлива для ідеології, сконцентрованої на-

вколо диктатора. Друга спонукала найманих працівників використовувати свою свободу для вибору та споживання широкого спектру запропонованих послуг. [5] У 80-х роках Дебор називає ще й третю форму, яка є комбінацією двох попередніх, яку він називає інтегрованою виставою. Росію та Німеччину Гі Дебор вважає показовими прикладами першого типу, США – другого, Францію та Італію – третього. «Суспільство театру» перетворилось на шоу-світ повсюдної реклами товарів споживання та театральної рекламності політики. Як результат, для молоді 80-х рр. ім'я Артюра Рембо звучить як Рембо, а Карл Маркс асоціюється з шоколадним батончиком, для дітей 90-х Бетховен – пес породи сенбернар, а Ромео ковтає пігулки екстезі та влаштовує вуличну перестрілку з Тібальтом. Дебор стверджує, що метою шоу-культури є усунення історичної свідомості. Холодна війна з її в'єтнамським та афганськими відгалуженнями показали світові, що політика та економіка стали виставою. Після розпаду СРСР та зміни акцентів її змінила священна війна в Перській затоці, чеченські війни, 11 вересня та пов'язані з ним бомбардування Кабула та Джилалабаду, війна в Іраку, врешті грузино-осетинський конфлікт. Берлінська стіна, яка призвела до загибелі багатьох людей, виявилась видимістю, коли ніби під чарами впала, а її обломки стали об'єктом торгівлі. [4]

Д. Фаулз обіграючи постмодерний роман не може не згадати про один з головних елементів його гри – суспільство театру, з його маскультурою та рекламністю. Тож не дарма герой «Мантиси» Майлз Грін каже Ерато: «Якщо тобі потрібен сюжет, людські характери, напруженість дії, яскраві описи, вся ця домодерністська дурниця, іди в кіно. Або читай комікси. І не берись за серйозних сучасних письменників. Таких як я». [2]

Цим аспектом є масова культура, і в цьому питанні претензії Джона Фаулза подібні до тих, які формулюють постструктуралісти. У вищезгаданому інтерв'ю він згадує про письменників які заробляють гроші на порнографічних романах (вони є об'єктами висміювання в «Мантисі»). Для Д. Фаулза, який зізнається, що еротика його «заворожує і мучить», найбільшою приємністю є еротика «на три четверті прихована». Тому, як він сам стверджує йому не подобається яскраво виражений еротизм американської прози, яка по суті руйнує еротичу, показує свою незрілість.

Проблема маскультури піднімається письменником ще у його першому романі «Колекціонер». У Великобританії після Другої світової війни перемогу на виборах отримує лейбористська партія. Це

була остаточна поразка аристократії, а отже і високого мистецтва, атрибутом якої воно було. Для уникнення культурного розриву між верствами населення потрібно було зблизити дві культури, що успішно зроблено шляхом їх синтезу, в результаті якого і постає маскультура. [1]

Тут в «Мантисі» відбувається «замикання» на проблемах культурних а також рекламному аспекті розвитку суспільства. Саме на виникнення такого ефекту і спрямоване використання античних образів, переплітання сучасних і давньогрецьких сюжетів, показаних у вигляді сцен сучасного життя. Саме тому божественні Музи стають Дельфійськими танцівницями, а бог Аполлон – їхнім менеджером. Тому смаглява леді сонетів У. Шекспіра стає чорношкірою медсестрою, а антична богиня Ерато купує хітон на розпродажі в кефалонійському бутіку. Окуляри з оправою Джейн Остін, які носить Ерато можна поставити в один ряд із сенбернармом Бетховеном та батончиком «Марс».

Все це є наслідком розвитку реклами, шоу-бізнесу, маскультури та середовища їх існування – «суспільства театру». Саме для його представників і призначений зойк Ерато: «О, Господи, та ви просто нестерпні! Ви – як весь ваш вік! Слова для вас все одно що сіра каша розмазня. Нічого реально не можете собі уявити, поки на телеекрані не побачите!» [2]

Таки чином, маючи розбіжності в поглядах стосовно теорії літератури та літературно-філософського дискурсу, Джон Фаулз у своїх творах паралельно до інших представників постмодерного корпусу та прихильників постструктуралістської доктрини, працює над вирішенням культурних проблем сучасного суспільства, адже якщо в плані теоретичному оргія, як виразився Жан Бодрійяр, закінчилась, то в суспільно-культурному успішно триває. [3]

### **Список літератури:**

1. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. – М., 1998. – 254 с.
2. Фаулз Джон. Мантисса. – М.: АСД.- 2004.- 314 с.
3. Baudrillard J. La transparence du mal. – P., 1990. – 182 p.
4. Debord G. Comments on The society of spectacle. – L., 1990. – 128p.
5. Debord G. La societe du spectacle. – P. 1992. – 170 p.

*Лещенко Галина Дмитрівна,  
Національний університет “Острозька академія”*

## ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ СТАТЕЙ ПРИРОДНИЧОГО НАПРЯМУ

Науковий стиль є засобом спілкування в сфері науки та навчально-наукової діяльності. Високий рівень оволодіння писемними нормами та нормами спілкування цього функціонального стилю є важливою складовою культури суспільства та яскравим прикладом освіченої особистості, адже стрімкий розвиток науки та техніки вимагає ґрунтовних знань лексики цього стилю. Незважаючи на істотні здобутки, присвячені вивченню лексичним особливостям наукового стилю англійської мови, на сьогодні вони залишаються ще недостатньо дослідженими і потребують глибшого вивчення. Це й зумовлює **актуальність** обраної теми. **Об’єктом** дослідження цієї роботи є англомовні наукові статті природничого напрямку. **Предметом** дослідження є особливості вживання лексичних засобів у англомовних наукових статтях природничого напрямку. **Мета** роботи полягає у дослідженні наукового стилю через вивчення лексичних особливостей наукової статті. Джерельною базою статті є праці Ильиш Б.А., Дубенец Э. М., Гореликова С. Н. Джерелом матеріалу для аналізу послугували тексти гуманітарного і природничого різновиду наукового стилю, зокрема уривок статті Норберта Віннера “Кібернетика, чи керування і зв’язок в тварині і машині”.

Головне комунікативне завдання наукового стилю - відображення наукових понять і висновків. Характерною рисою в цьому функціональному стилі є узагальненість, абстрагованість та логічність викладу думки. Оскільки в сфері науки і техніки потрібне максимально точне визначення понять і явищ дійсності, специфічною особливістю словникового складу наукового стилю є використання термінології, однак значну частину лексики наукового стилю складають також слова загальнонаукового вживання, що використовуються в різних галузях знань [1: 77]. Наприклад, *the voltage is applied* (напруга подається), *the magnetic field is set up* (магнітне поле створюється). У досліджуваних нами статтях поширеним явищем є використання

так званих книжних слів (*perform, calculation, circular, phenomenon, maximum, etc*) – багатоскладових, запозичених слів, іноді не повністю асимільованих, які часто мають в нейтральному стилі простіші і коротші синоніми, наприклад: *phenomenon – phenomena* [2: 43]. Важливою характеристикою наукової статті є відбір і використання мовних засобів, що полягає у прагненні до стислості та компактності і виражається в доволі широкому використанні еліптичних конструкцій [3: 65]. Наприклад, під словосполученнями *a remote crane* або *a liquid rocket* потрібно розуміти *a remote-operated crane* і *a liquid-fuelled rocket*. Подібні структури використовуються і в заперечній формі, де замість звичайного дієслівного заперечення (*do not*) нерідко використовується сполучниковий присудок, в якому предикату передують заперечення “*non*”.

Отже, сфера наукового спілкування відрізняються від інших тим, що в ній переслідуються мета найточнішого, найлогічнішого, однозначного відображення думки, що має узагальнений і абстрактний характер. Логічність і точність думки в науковій статті досягаються за допомогою використання спеціальної термінології, хоча можуть зустрічатися і загальнонаукові слова, що характерні іншим функціональним стилям. У науковій статті також надається перевага іменникам над дієсловами.

#### **Список літератури:**

1. Гореликова С. Н. Природа термина и некоторые особенности терминологического образования в английском языке // Вестник ОГУ, 2002. – С. 77.
2. Дубенец Э.М. Лексикология современного английского языка: лекции и семинары. Пособие для студентов гуманитарных вузов. – М.: Глосса-Пресс, 2002. – С. 43.
3. Ильиш Б.А. Строй современного английского языка. 3-е изд. Л.: Наука, 1971. – С. 65.

*Лютко Іван Михайлович,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Реклама відіграє в житті людини важливу роль. Вона стала невід'ємною частиною нашого життя. Куди б ми не йшли, що б ми не робили, реклама усюди: плакати, стенди, афіші, вітрини, календарі і буклети. Вона зайняла панівне місце на телебаченні і радіо, в газетах і журналах, а також у мережі Інтернет. Тому, дослідження рекламних текстів та їх впливу на психіку людини є актуальним.

Мова реклами - мова підсвідомості. Пряме звернення до підсвідомості споживача працює не тільки в рекламі товарів промислового призначення. Реклама товару для широкого споживача «закарбовує» образи продукції в підсвідомості людей, створюючи їхні символи, іміджі.

Дуже важливо при перекладі рекламного тексту з інших мов не втратити прихований сенс рекламного повідомлення, так як для кожної держави притаманні свої звичаї, соціальні комунікації, норми і канони спілкування.

Природа експресивності мови реклами вимагає розгляду кола проблем, пов'язаних із типом комунікації, що умовно названо «рекламною комунікацією». Учасники і фактори комунікації є носіями її постійних і змінних параметрів. Постійні параметри, визначаючи основні риси комунікації або диференціальні ознаки комунікативного акту реклами, включають наміри відправника, мотиваційну значимість одержувача, референт контексту, засоби контакту учасників комунікації і інтенсифікований мовний код. Концепція комунікативного акту таким чином доповнюється характеристиками, складаючи мету і результат комунікативного акту.

Головна мета рекламної комунікації - рекламна пропозиція. Наявність рекламної пропозиції відрізняє текст реклами від інших. Суть рекламної пропозиції полягає у вербальному поданні предмету реклами одержувачу в найбільш сприятливому для джерела вигляді [1: 50].

Подання пропозиції реалізується як намір відправника водночас інформувати і переконувати одержувача прийняти рекламну пропозицію. Інформування і переконання здійснюється шляхом тактики інтенсифікованого впливу, яка потребує використання ряду прийомів і відповідних засобів мовного вираження:

1. Псевдораціональна аргументація - науковий жаргон, евфемізм (заміна грубих речень делікатними, при цьому змінюється НЕ смисл, а тільки його форма) для створення ефекту «науковості», «об'єктивності», «раціональності» викладення: *a pre-owned vehicle re-allocation consultant (a used-car salesman)*.

2. Повторне подання - різноманітні типи повторення від повторного подання самої рекламної пропозиції і ключових елементів змісту. Є декілька формальних видів повтору, які відрізняються характером стилістичної виразності: простий повтор, обрамлення, синтаксична тавтологія, паралелізм: *Coca-Cola is Coke, Coke is Coca-Cola*.

3. Асоціативна інженерія - використання існуючих і створення нових форм, що володіють асоціативним значенням, шляхом омофонії, омоформі, словоскладення, зрощення і запозичення: *D'Lites* (назва кафе), *Homefire* (паливо для каміна), *Glastics* (скляна упаковка), *Wrapid* (пакувальні машини).

Отже, у сучасному світі не можливо уникнути реклами, але знаючи особливості творення реклами можна зрозуміти як вона впливає на підсвідомість.

### Список літератури:

1. Аврасін В. Соціальні та психолінгвістичні характеристики мови реклами / В. Аврасін. – М.: Міжнародні відносини, 1996. – 196 с.
2. Пантелеймонов Д. Принципи когнітивної обробки реклами тексту / Д. Пантелеймонов. – М.: Харвест, 2007. – 340 с.
3. Тойченко З. Цікаві особливості американських рекламних текстів [Електронний ресурс] / З. Тойченко. – Режим доступу: <http://www.ad-sprompts.com>

*Марковська Ольга Ярославівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОНІМІВ У РОМАНАХ ДЖ. К. РОУЛІНГ (НА ОСНОВІ ПЕРШИХ ЧОТИРЬОХ КНИГ)

Дана робота присвячена лексико-семантичному аналізу онімів на позначення імен людей, назв тварин та істот, магічних предметів вжитих у романах британської письменниці Дж. К. Роулінг. Незважаючи на свою популярність, жанр фентезі залишається малодослідженим з точки зору лінгвістики. Саме тому особливу увагу ми звернули на лексичні одиниці-оніми. **Актуальність** обраної теми полягає у необхідності дослідження лексичних одиниць з точки зору їх семантичного значення, та визначення відповідності між їх лексичним та семантичним значеннями.

**Метою** дослідження є поділ лексичних одиниць-онімів, використаних у романі, на тематичні групи в залежності від їхнього етимологічного походження, та їх лексико-семантичний аналіз.

**Предметом** дослідження є ті лексичні одиниці, що використовуються для позначення імен людей, назв тварин та істот, магічних предметів, та місць перебування чаклунів.

**Матеріалом** дослідження є романи англійської письменниці Дж.К.Роулінг “Гаррі Поттер та філософський камінь”, “Гаррі Поттер та таємна кімната”, “Гаррі Поттер та в’язень Азкабану”, “Гаррі Поттер та келих вогню”.

У даному дослідженні ми працювали з такими поняттями як оніми, які вивчає наука ономастика. Ономастика (гр. *onomastikys* – той, що відноситься до назви) – це розділ мовознавства, який вивчає власні назви, історію їх виникнення і перетворення в результаті тривалого використання у промові, або у зв’язку із запозиченням в інші мови. Ономастика – це наука про власні імена різних типів [3: 1].

Проаналізувавши лексичні одиниці-оніми у романах британської письменниці Дж. К. Роулінг, ми поділили їх на тематичні групи, в залежності від їхнього етимологічного та семантичного походження, визначили їх загальне відсоткове відношення, та виконали їх лек-



сико-семантичний аналіз. У ході дослідження ми проаналізували 55 лексичних одиниць-онімів, які були виокремлені у 14 груп, серед яких ми виділили такі: okazionalizmi (*Dumbledore, Griffindor*), латинська мова (*Albus, Lupin*), міфологія (*Argus Filch, Hermes*), сучасна англійська мова (*Pr.Binns, Fluffy*), староанглійська мова (*Godric, Cadogan*), американський варіант англійської мови (*Skeeter, Crable*), історія (*Fawks, Mungo*), скандинавські мови (*Norbert, Ronald*), французька мова (*Fleur Delacour*), санскрит (*Nagini*), грецька мова (*Gregory*), географічні назви (*Firenz*), фольклор (*Grey Lady*), астрологія (*Sirius*).

Найчисельнішими виявилися групи okazionalizmi, латини та міфології, що пояснюється тим, що твори були написані у жанрі фентезі. Фентезі - це жанр художньої літератури елементи якої логічно між собою пов'язані і які неможливо пов'язати з реальністю [2: 2]. До лексичних особливостей жанру фентезі належать архаїзми, історизми, авторські ідіоми – це слова, до яких відносять застарілі слова, самі архаїзми й форми, котрі в сукупності протиставляються неологізмам [1: 34].

Наступним кроком дослідження був лексико-семантичний аналіз лексичних одиниць-онімів, в результаті якого ми проаналізували лексичні одиниці, та встановили відповідність їхнього семантичного значення до лексичного. Отже, в результаті дослідження ми виявили, що семантичне значення лексичних одиниць відповідає його лексичному значенню, і вказує на ті особливі характеристики онімів вжитих у творах, що сприяють кращому розумінню та інтерпретації тексту.

#### **Список літератури:**

1. Мороховский А.Н. Стилистика английского языка. / А. Н. Мороховский. – К. – Выща школа, 1991. – 272 с.
2. Барановський В. Фэнтези [Електронний ресурс] // Speaking in tongues – Режим доступу до статті : <http://spintongues.msk.ru/fantasy.htm>
3. Ономастика [Електронний ресурс] // Ономастика – режим доступу до статті:
4. <http://www.onomastika.ru/default.aspx?go=onoma>

*Martynenko S.M.,*

*Kamyanets-Podilsky Ivan Ohienko National University*

## THE COGNITIVE INTERPRETATION OF THE CONCEPT FAITH IN T. ELIOT’S POETRY

Eliot’s narrative simplicity is that powerful instrument with the help of which he shows reality and non-reality. The language of his works is simple. Eliot seldom uses complex allegories. His style captures not only the imagination but also the hearts of his readers. His message is an eternal one: human being is in a constant searching of oneself. During this search a person meets Good and Evil, which are always going hand in hand. We cannot determine what Good is in its universal sense and how could it be that Good can cause more Evil than Evil itself. So how does it work? If we ask anyone to determine these two everlasting notions as Good and Evil, we will see that it is not easy to combine all the aspects of them into one full concept. Many men many minds, with time the cognition of these notions may be changed as human minds are changing constantly.

Our *aim* is to see the world through T. Eliot’s eyes, to perceive what FAITH for him is and how he interprets it.

One of the most important and absolutely necessary parts of human’s creative process is acquiring knowledge:

*“At best, only a limited value*

*In the knowledge derived from experience*

*The knowledge imposes a pattern, and falsifies,*

*The only wisdom we can hope to acquire*

*Is the wisdom of humility: humility is endless” [1: 60].*

We will analyze the notion FAITH as the principal constituent of the concept “Good”. FAITH, according to the above-mentioned classification is characterized by a feature of restriction. FAITH is the whole that serves for the part of this world, for the person. So, the person and especially his heart is that container for the content FAITH that produces the struggle against the whole world. FAITH is the impulse for the human to continue the eternal search for the “Good”. Undoubtedly FAITH is not separated from the world, it exists in this world and the place for its search is the world itself. And the exact place for it we find in the human’s heart. The

results of this invisible fighting can be controlled by the human's heart only, whether it fails or wins. The author expresses his own attitude to the concept FAITH in the following lines:

*"Grant us thy peace. I have walked many years in this city, Kept faith and fast" [1: 192].*

The author doesn't use the word "faith" any more, but in one of his works, "Ash-Wednesday", we can find many expressions. They emphasize the author's religious belief, for example: "...*And pray to God to have mercy upon us. "Lord, I am not worthy"* [1: 24].

So, we may conclude that FAITH causes the effect of never ending struggle and keeps the hope in person's power alive. FAITH comprises the features of pejoration, exaggeration and expressiveness being concentrated in this notion.

Linguistic world is a mode of reflection of reality in the consciousness of human beings: it means perception of this reality through the prism of linguistic, cultural and national peculiarities; peculiar to a certain linguistic group of people; and interpretation of that world while following the national conceptual and structural cannons.

The concepts that govern our thoughts are not just matters of the intellect. Our concepts structure what we perceive, how we get around in the world, and how we relate to the others. Our conceptual system thus plays the central role in defining our reality. Since communication is based on the same conceptual system that we use in thinking and acting, language is an important source of evidence for what that system is like.

#### **Literature:**

1. Eliot T. Selected Poetry. Poems, lyrics, dramatics poetry. / ed. By Leonyd Arinshtein and Sergey Stepanov.—St. Peterburg, 1994. – 446 p.

*Маруха Іванна Василівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ЛСП ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ГРУП «АНТИПАТІЯ - НЕПРИЯЗНЬ» І «АНТИПАТІЯ - АНТАГОНІЗМ»**

На сучасному рівні розвитку лінгвістики необхідним є дослідження окремих груп мовних одиниць з використанням антропоцентричних парадигм (в тому числі лінгвістики емоцій), що забезпечує більш глибоке розуміння закономірностей мовної системи і відбитку її в мовній картині світу. Вибір англійських та українських іменників з відображенням поняття «антипатія» не є випадковим, адже як семантична універсалія лінгвістами наголошується той факт, що в лексиконі емоцій всіх мов спостерігається дихотомія за типом оцінного позначення. Якщо порівняти емотивну лексику з цієї точки зору, то можна виявити, що в багатьох мовах емотивів з негативною оцінною семантикою в кількісному відношенні більше ніж емотивів з позитивною оцінкою, але вживаються вони при спілкуванні значно рідше, ніж позитивно оцінні емотивні позначення [5; 1].

Отже, антипатія – це почуття неприязні, огиди, відрази; почуття ворожості, протиборства, суперечності до кого-, чого-небудь [10]. Беручи до уваги, що антипатія має двояку семантику, в її лексико-семантичному полі можна виділити такі комплексні мікрополя як «антипатія зі значенням неприязнь» та «антипатія як антагонізм». Ці два своєрідні комплексні мікрополя варто розглянути окремо.

Перш за все, з'ясуємо фундаментальні парадигматичні смислові відношення, за допомогою яких структурується дане ЛСП. Оскільки панівними в лексико-семантичній системі є родо-видові відношення, розглянемо лексичні одиниці на основі гіпонімії. Організація лексико-семантичного поля «антипатія» представляє собою гіперо-гіпонімічну структуру з послідовним включенням одних гіперо-гіпонімічних блоків («антипатія-неприязнь» з гіперонімом «почуття неприязні, відрази») в інші («антипатія-антагонізм» з гіперонімом «почуття протистояння»), проте ці блоки знаходяться на одному рівні ГГС. Ця структура є ієрархічною: гіперонім найвищого рівня

– почуття > негативні почуття > антипатія > неприязнь, відроза, антагонізм, протиставлення та інші гіпоніми.

Отже, до центру першої лексико-семантичної групи, ядром якої є антипатія (зі значенням неприязнь), належать слова, що складаються з ознак високого ступеня детермінованості і перебувають у градуально-синонімічному зв'язку, а саме: *disaffection* (неприязнь) > *dislike* (нелюбов) > *distaste* (легка відроза) > *repugnance* (неприхильність), *abhorrence* (огида), *repellency* (відлякуваність, відроза), *repulsion* (огида), *aversion* (відроза), *disgust* (огида) > *ill will* (злоба) > *enmity* (ворожнеча, неприязнь) > *rancor* (прихована ворожнеча) > *allergy* (алергія) > *hatred* (ненависть) > *loathing* (ненависть, огида) [7].

При детальнішому розборі мікрополя «антипатія зі значенням антагонізм», знаходимо низку нових інтегральних одиниць для включення в лексико-семантичне поле поняття «антипатія». Найближче до родової семи «антагонізм» на лексико-семантичному рівні знаходяться такі поняття як *contrariety* (суперечність), *opposition* (контраст, протилежність) та *animosity* (ворожість). У свою чергу, у академічному словнику Меріам-Вебстер запропоновано розглядати слова *collision* (зіткнення), *competition* (змагання; конкуренція), *conflict* (конфлікт), *confrontation* (протиборство), *avoidance* (уникнення, ухилення), *bad blood* (погані відносини, давня суперечка), *dyspathy*, *escape* (втеча), *evasion* (обминання), *hostility* (ворожість), *incompatibility* (несумісність) та *animus* (упередженість, ворожість) як відносно еквівалентні досліджуваному поняттю семантичні категорії [9].

Проаналізувавши усі ці лексичні одиниці, що є інтегральними елементами лексико-семантичного поля «антипатія» за допомогою порівняльного методу та використавши метод компонентного аналізу, робимо висновок, що денотативний макрокомпонент антипатії – це передусім «антипочуття». Відтак, в першу чергу, поняття пов'язані з негативними емоціями чи негативним волевиявленням – *negativeness* – утворюють центр і периферію досліджуваного ЛСП.

### Список літератури:

1. Уфимцева А.А. Опыт изучения лексики как системы. – М.: Изд-во АН СССР, 1962. – 287с.
2. Alexander, C. (1946a). Antipathy and Phobia. *Sociometry*, 9 (2/3), P. 226-232.
3. Alexander, C. (1946b). Antipathy and Social Behavior. *The American Journal of Sociology*, 51 (4), P. 288-292.

4. Bryant, S. (1895). Antipathy and Sympathy. *Mind*, 4 (15), 365-370
5. Noth W. Symmetries and Asymmetries between Positive and Negative Emotion Words / W. Noth // *Proceedings*. – Tübingen: Niemeier, 1992.
6. Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English /Seventh edition/Chief Editor Sally Wehmeier. – Oxford University Press, 2005. – 1780p.
7. Roget’s II: The New Thesaurus /Third Edition. - Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 2003.
8. The Greenwich Roget’s Thesaurus. – Greenwich London, 1994.
9. Академічний словник Меріам-Вебстер (Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary) (<http://www.merriam-webster.com>)
10. Тлумачний словник Ушакова (<http://dictionary.reference.com/browse/antipathy>)

*Матвійчук Оксани Михайлівни,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ВЕЛИКИЙ» В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Лексичний склад мови є найбільш мінливим, нестійким її компонентом. Він безпосередньо відображає життя народу й постійно змінюється, поповнюється новими словами, оновлюється. У процесі вивчення мови велику роль відіграє знання семантики слова та сталих словосполучень. Вивчення фразеологізмів як мовних одиниць є прерогативою науки фразеології, що стала предметом дослідження таких вчених, як Ш.Баллі, В.В.Виноградов, О.І.Смирницький, Є.Д.Поливанов, Л.А.Булаховський, Л.Архангельський, М.Ф.Алефіренко, О.В.Кунін.

Основоположником даної науки вважають швейцарського лінгвіста французького походження Ш.Баллі. Відомо, що в своїх роботах з французької стилістики певне місце він відвів опису сполучень слів. Фразеологію ж розглядав як розділ лексикології, бо ФО еквівалентні слову. Проте вчений В.В.Виноградов першим дав визначення основних понять, обсягу і завдань фразеології [1: 23].

Терміни фразеологічна одиниця, фразеологізм, фразема, фразеологічний зворот можуть розглядатися як синоніми, маючи таке значення: “лексико-граматична єдність двох і більше нарізнооформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, які, маючи цілісне значення, відтворюються у мові за традицією, автоматично” [3: 11]. До основних рис ФО належать: відтворюваність у процесі спілкування, “надслівність” і цілісність значення.

Поняття «великий» в англійській мові представлений широким спектром синонімів-прикметників: *large, great, grand, huge, enormous, immense, gigantic, giant, tremendous, colossal, Brobdingnagian, jumbo, socking or whacking big or great, humongous, ample, hefty, bulky, fat, obese, hulking, beefy, burly, brawny, strapping, elephantine, monstrous*. Завдяки цьому, мовець має змогу чітко передати не лише поняття, але й своє ставлення до нього. Прикметники розміру не

лише дають змогу передавати різні просторові ознаки предмета (кількісна характеристика), а також позначають якісну характеристику предмета.

Проте, прикметники на позначення поняття «великий» не можуть повністю передати усю експресивність та колоритність, якою наділені фразеологічні одиниці. Саме тому англійська мова налічує велику кількість фразеологізмів на позначення поняття «великий». Їх можна виділити у семантичні групи:

1. порівняння із **спорудою чи транспортним засобом**: *big as Russei's wagon* (Russei's wagon – великий віз із 6-10 кінями), *big enough to turn a coach and six in* (достатньо великий, щоб повернути карету з 6 людьми в середині), *big as a barn/barn side* (великий, як сарай), *big enough to pull a gig* (великий, що й воза потягне), *big as a mill-wheel* (великий, як колесо вітряка), *big as a house-end* (великий, як кінець будинку), *big as the parson's barn* (великий, як сарай священика);

2. порівняння із **твариною**: *big as a horse's head* (великий, як кобиляча голова), *big enough to choke a horse* (достатньо великий, щоб задушити коня), *big as bull-beef* (великий, як буйвол), *big as a bee's knee* (великий, як коліно бджоли), *as big as a Dunstable lark* (великий, як данстебльський жайворонок);

3. порівняння з **мірою**: *big as a bushel* (великий, як бушель – 36,3 л.), *as big as a Dorchester butt* (великий, як дорчестерська бочка); *big around as a molasses barrel* (великий, як бариллок меляси);

4. порівняння з **простором**: *big as all outdoors* (великий, як увесь простір на вулиці);

5. порівняння з **їжею**: *big as Ketherick's pie* (великий, як катерікський пиріг), *big as a Paignton pudding* (великий, як пейнтонський пудинг).

Існує широкий спектр ФО для опису **зовнішності людини**: *face as big as a baking-trendle*, *eyes as big as bullets*, *mouth like a horse-collar*, *head like a woolshed*, *nose like the coulter of a plow*, *hands like half-crown shovels*, *hands and feet like number four shovels*, *saucer-eyed*, *shoulder-of-mutton fist*, *barrel-chested*. Усі вище зазначені ФО для опису зовнішності людини мають значення «великий за розміром».

В окрему групу ФО із прикметником розміру «великий» можна віднести фразеологізми, що використовуються для опису **людського характеру**: *his head is too big for his hat* має значення «пихатий, самовпевнений»; *a little worm will lie under a big stone* закликає не бути заляканим, відкинути страхи; *big fish in a little pool* означає «важливий лише у порівнянні»; *too big for his boots* вживається для опису



самовпевненої, зухвалої людини; *a great shoe fits not a little foot* описує скромну покірливу людину у великому бізнесі.

Отже, широкий спектр лексичних одиниць, у тому числі і ФО, на позначення поняття «великий» в англійській мові, свідчить про багатий лексичний склад мови, про її мінливість, постійне оновлення лексичного складу шляхом утворення або запозичення нових слів. Велика кількість фразеологізмів для вираження поняття розміру надає мовленню більшої експресивності, допомагає мовцю точно передати не лише саме поняття, а й його ставлення до предмета мовлення

### **Список літератури:**

1. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография / Виноградов В.В. – М. : Наука, 1977. – 312 с.
2. Гак В.Г. Фразеология, образность и культура // Советская лексикография. Сборник статей / Гак В.Г. – М., 1988. – С.159-169.
3. Скрипник Л.Г. Фразеологія української мови / Скрипник Л.Г. – К. : Наук. думка, 1973. – 248 с.
4. Spears R. McGraw-Hill's Dictionary of American Idioms and Phrasal Verbs / Spears R. – The McGraw-Hill Companies, Inc, 2005 – 1080 p.
5. Wehmeier S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Wehmeier S. – Oxford, 2003. – 1600 p.

**Матиюк Катерина,**

*Національний університет «Острозька академія»*

## АНГЛОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

**Актуальність** дослідження англомовних запозичень у пресі полягає у виявленні рівня поширеності англійських запозичень у французьких друкованих ЗМІ, що впливає на розмовну мову сьогодення, а також розширенні наших знань про явища, які відбуваються в обох мовах.

**Проблемою** вивчення запозичень займався ряд фахівців. Зокрема відомий мовознавець Л.П. Крисін у праці “До визначення термінів “запозичення” і “запозичене слово” вважає, що елементи, які переходять з однієї мови в іншу, можуть бути одиницями різних рівнів структури мови – фонології, морфології, синтаксису, лексики, семантики [1: 105]. При цьому запозичення слів – найтипівіший випадок запозичення. В.Т. Коломієць у статті “Збагачення мови новими словами” **розробляє питання теорії запозичення, проблеми запозичення чужомовних слів у мову взагалі або ж на різних етапах її розвитку** [2: 55]. Вітчизняний лінгвіст Ю.О. Жлуктенко у праці “Мовні контакти. Проблеми інтерлінгвістики” зауважує, для того щоб дві або більше мов почали взаємодіяти, вони мають розпочати контактування [3: 32-57]. Він зазначає, що калькування є характерним типом інтерференції для дальших етапів взаємодії мов, коли велика кількість членів колективу вже настільки добре засвоїла другу мову, що автоматично переносить її моделі на систему першої мови [3: 121-122].

Поява запозичень у мові не завжди виправдовується, бо існує така група запозичень, які ускладнюють розуміння тексту, оскільки в мові-об’єкті, яка запозичує слова, є терміни, які означають те ж саме поняття. Проте більшість запозичень є невід’ємною частиною багатьох сфер суспільного життя і побуту та, головним чином, їх поява супроводжує терміносистему новітніх технологій. Поширення запозичень пояснюється як зовнішніми так і внутрішніми факторами, що пов’язані із функціями запозичень.

Нові слова, запозичені у мову виконують два основні види функцій: **лінгвальні**, тобто такі слова знімають семантичну завантаже-

ність зі слів рідної мови, прагнучи замінити багатослівне найменування однослівним, а також для уникнення полісемії, та **екстралінгвальні** - запозичення приходять не самі по собі у мову, але вводять термін разом із поняттям, яке вперше з'явилося в певній мові, і сприяють зростанню інтернаціоналізації наук [4: 177-180].

Можемо навести класифікацію запозичень, за якою вони поділяються на три групи. До **першої групи** належать виправдані та необхідні запозичення. Такі іншомовні слова не замінюються словами французької мови і вже ввійшли до її словникового складу. До **другої групи** відносять такі терміни, які можуть вживатися у певному контексті завдяки більшій стислості, ніж відповідні синоніми рідної мови. Тобто, це такі випадки, коли одне слово-запозичення може бути заміною цілого словосполучення, тому терміни цієї групи вживаються досить часто. **Третя група** включає в себе запозичення, які вважаються непотрібними, зайвими [5: 78].

Проведений аналіз англomовних запозичених слів, які функціонують у друкованих франкомовних ЗМІ, дозволяє стверджувати, що абсолютна більшість з них – іменники (88%). Їх можна поділити на іменники з постфіксами:

- 1) -iste, що надає оціночного значення: *conformiste*;
- 2) -age зі значенням результату або дії: *package*;
- 3) -ment для утворення абстрактних іменників: *environnement*;
- 4) -ien для позначення осіб: *politicien*.

Друге місце за кількістю англomовних запозичень займають прикметники (10%), утворені суфіксами:

- 1) -al – *familial, principal*;
- 2) -aire - *populaire*;
- 3) -ique - *panoramique*;
- 4) -if/-ive – *compétitifs, respective*;
- 5) -able – *portable*.

Найменше ж трапляється дієслів, усього 2% - *importer, contacter*.

За семантичними характеристиками англiцизми поділились на тематичні групи, найчисельніші з яких «Політика і суспільство» (*leader, majorité*), «Спорт» (*record, outsider*), «Економічна термінологія» (*budget, boom*), «Правова термінологія» (*vote, ordre*), «Культура» (*tabloid, festival*) та «Назви осіб» (*speaker, leader*).

Англomовні запозичення зробили вагомий внесок у розвиток системи словникового складу французької мови, збагативши його новими значеннями. Ці слова зазнали змін не лише у матеріальній формі, тобто пристосувались до французької системи творення слів, але й у

семантичній, набувши нового значення у новій мові. Іменники є найбільш поширеними запозиченнями, що пояснюється тим, що вони позначають терміни, які виникають найшвидше у мовленні. Таким чином запозичення є одним із джерел поповнення лексичного складу мови та одним з елементів культури суспільства.

#### **Список літератури:**

1. Крысин Л.П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово» / Л.П.Крысин // Развитие лексики русско-голитературного языка. – М. : Наука, 1965. – С. 104 – 116.

2. Коломієць В.Т. Розвиток лексики слов'янських мов у післявоєнний період. – К., 1973. – 154 с.

3. Жлуктенко Ю.О. Мовні контакти. Проблеми інтерлінгвістики. – К.:Видавництво Київського університету, 1966. – 136 с.

4. Мазурик Д.В. Сучасні тенденції в оновленні лексики української літературної мови // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – Випуск 29. – Львів, 2000. – С.177-182.

5. Крушельницкая К. Г. – Советы переводчикам – М.: “Высшая школа”, 1992. – 253 с.

6. Dictionnaire des mots d'origine étrangère. Henriette Walter, Gerard Walter. – Paris: Larousse-Bordas, 1998. — 427 pages.

*Мещерякова Юлія Ігорівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ РОМАНУ МИЛОРАДА ПАВИЧА «ОСТАННЯ ЛЮБОВ У КОНСТАНТИНОПОЛІ»**

У статті увага сконцентрована на загальній проблемі впливу постмодернізму на творчість Милорада Павича, зокрема, на структуру роману. Тема є актуальною в контексті постмодернізму, який характеризує сучасну літературну і загальнокультурну ситуацію, комплекс філософських, науково-теоретичних і естетичних уявлень сьогодення, а вибраний твір входить до складу постмодерністської парадигми і відзначається особливою оригінальністю, незвичністю мови, художніх засобів, неординарністю стилю і концепцій автора із вираженою дисперсною композицією, тому тема статті є актуальною ще й з точки зору літературознавчих проблем пошуку нових форм для реалізації постмодерністських ідей і концепцій сучасності.

У короткому огляді джерел передусім необхідно вказати на статтю самого письменника - «Початок і кінець роману», в якій Милорад Павич обґрунтовує власну концепцію нелінійності роману, що пояснює принцип композиції твору. Автор створює багатомірний гіпертекст, тобто таку форму організації тексту, при якій його одиниці представлені не в лінійній послідовності, можна читати матеріал в будь-якому порядку, утворюючи різні лінійні тексти [1: 3]. Праця К. Г. Юнга «Про архетипи колективного несвідомого» подає методологічні засади, а трактат Х. Банцхафа «Таро і подорож героя», у якому, спираючись на категорії глибинної психології К.Г.Юнга, обґрунтовує значення і символіку кожної карти Старших Арканів Таро, розкриває основну тему карт, що лежить в основі давньої системи закодованих символічних змістів [2: 2].

«Остання любов у Константинополі» з підзаголовком “довідник для гадання” складається з 22 розділів-карт таро (Мажог Arcana – Старші Аркани). Цей твір є своєрідною інтерпретацією карт таро, де кожна карта – окрема історія. Кожний розділ пов’язаний на гли-

бинному рівні з основними значеннями та символікою кожної карти. Можна почати читати з будь-якого місця, немає звичних початку і кінця, тобто композиція є дисперсною. Автор пропонує читати як з 0 карти і до 21, так і з будь-якого місця, або використавши карти, які додаються до видання, розкинувши їх, побачити одну із численних комбінацій можливостей прочитання роману. Кожен розділ пов'язаний на глибинному рівні з основним значенням і символікою певної карти» [3: 1]. Книга складається із сімох розділів: Вступної частини, яка містить так званий Особливий ключ – нульовий, першої, другої і третьої семірки ключів, схематичного огляду деяких способів розкладу Таро і Змісту, в якому містяться разом з назвами розділів і умовні значення карт. Тому, зміст разом із схемами розкладу карт перетворюється в специфічний посібник для гадання, коментує Ясіна Михайлович [3: 1]. Таким чином, автор створює умови читачу для своєрідної гри.

Роман побудований таким чином, що складається із 22 розділів-історій, кожна з яких несе певну думку, певний настрій, певну ідею. Але зрозуміти головну думку, кінцеву мету, задум автора можна за допомогою методу архетипної критики. Зміст твору пов'язаний із картами Таро. Проте для автора вони не є засобом проведення містичного ритуалу, а джерелом особливої творчості постмодерніста, джерелом змісту і художньої форми роману. К. Г. Юнг у праці «Про архетипи колективного несвідомого» підкреслює, що 22 карти Таро уособлюють тяжкий шлях героя до себе, до самостворення, самоствердження у плані віднайдення свого внутрішнього унікального неповторного нерозчленованого «Я», тобто, за словами К. Г. Юнга, внутрішньої цілісності, що і передбачає утворення гармонійно сформованої, стійкої, вільної від побічних впливів і фальшивих обгорток, хибних стереотипів, нав'язаних ззовні особистості. Кожна карта являє собою одвічний глибокозмістовний архетип, що символізує якийсь важливий етап у житті кожної людини незалежно від її національності, місця чи часу проживання. Кожна карта уособлює певний «урок» життя [2: 14].

Наприклад, нульова карта «Блазень» уособлює, по суті, будь-яку людину, яка починає складний шлях духовного вдосконалення, чистоту і незіпсованість особистості [4: 8]. Дванадцята карта «Повішений» символізує велику кризу сенсу життя як наслідок глибинних страхів знищення (смерть або безпорадність), непроглядної самотності чи втрати сенсу життя [4: 32-33]. Двадцять перша карта «Мир» - це символ переживання цілісності особистості, юнгіанської

самості, символ потенційної інтеграції протилежностей всередині особистості, які в той же час мирно уживаються [4: 64].

Висновки: Твір Милорада Павича «Остання любов у Константинополі» є яскравим зразком постмодерністської прози, оскільки авторові вдалося реалізувати ключові принципи стилю постмодернізму у вказаному творі. Його композиція є дисперсною, оскільки увесь твір складається з 22 розділів-карт таро, за змістом не пов'язаних між собою, характеризується чітко вираженою ризоматичністю. Принцип нелінійності визначив композицію роману, а рецепція твору можлива на двох рівнях – формально-поверхневому (формальний сюжет) і алюзивно-значенневому (глибинний зміст карт, архетипи). Кодування шарів значень на основі прототексту – карт Таро, перенесення яких у структуру твору контекстуалізувало проблему колективного несвідомого і архетипів, і своєрідність художньої форми робить роман «Остання любов у Константинополі» репрезентативним взірцем постмодерністської літератури і надбанням культури постмодерну, оскільки література і культура пов'язані між собою нерозривними зв'язками.

#### **Список літератури:**

1. Павич М. Початок і кінець роману. <http://lib.ru/INPROZ/PAWICH/endofnovelrus.txt>
2. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного <http://kaysen.net>
3. Михайлович Я. Роман как справочник по гаданию <http://subscribe.ru/archive/lit.review.choose/200205/16112018.html>
4. Банцхаф Х. Таро и путешествие героя. [http://www.koob.ru/bantshaf/taro\\_i\\_puteshestvie\\_geroya](http://www.koob.ru/bantshaf/taro_i_puteshestvie_geroya)

*Мирончук Наталія Романівна,  
Національний університет “Острозька академія”*

## **ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ**

XXI століття входить в історію як період мультикультурного діалогу. На пріоритетне місце серед проблем комунікації винесено вивчення особливостей мовної і мовленнєвої поведінки людини, що викликало потребу в аналізі невербальної поведінки як невід’ємного компонента у процесі спілкування.

Актуальність статті зумовлена потребою у аналізі невербальної поведінки як невід’ємного компоненту процесу спілкування. В процесі міжкультурної комунікації невербальне спілкування є її складовою і взаємопов’язаною із вербальним спілкуванням.

На сьогодні чимало науковців досліджують проблеми та особливості невербальної комунікації. Серед вітчизняних дослідників варто було б зазначити С. Г. Термінасову, Г. В. Колшанського, А. Піза, Я. Радевич-Винницького, Л. М. Корнєєву, Н. А. Красавського, Е. Г. Фалькову, Н. Л. Шамне. Серед іноземних авторів величезний вклад у розвиток проблеми зробили Ф. Е. Яндта, П. Екмана, Дж. Холла, Дж. Фаста. Сучасні науковці розглядають невербальні засоби спілкування з декількох точок зору:

1. у контексті осмислення загальних програм і способів людської поведінки (Дж. Холл, П. Екман, А. Фрізен, А. Піз, Дж. Фаст, Е. Холл);

2. формальний та семантичний аналіз невербальних знаків у їх співвідношенні з мовними знаками (Т. Ніколаєва, К. Шерер, Ю. Цив’ян, І. Шаронов);

3. власне лінгвістичні, соціолінгвістичні, психолінгвістичні аналітичні розробки, направлені на розпізнавання за невербальними і вербальними знаками психологічних та емоційних станів, дослідження національної специфіки мовленнєвої і не мовленнєвої поведінки, аналіз способів відображення невербальної поведінки в художній літературі (А. Вежбицька, П. Екман, С. Павлова).

Метою дослідження є виявлення особливостей невербальної комунікації між представниками різних країн та національностей.



Завдання: 1) дати загальну характеристику невербальній комунікації; 2) виявити особливості невербальної комунікації в процесі міжкультурного спілкування; 3) проаналізувати відмінності між однаковими невербальними компонентами у різних культурах.

Об'єктом дослідження є невербальна комунікація в процесі міжкультурного спілкування.

Предметом є дослідження особливостей невербальної комунікації при міжкультурному обміні інформацією.

Невербальна комунікація – це система знаків, що використовуються у процесі спілкування і відрізняються від мовних засобами та формою виявлення. Науковими дослідженнями доведено, що саме за їх рахунок відбувається від 40 до 80% комунікації. Причому 55% повідомлень сприймається через вираз обличчя, позу, жести, а 38% – через інтонацію та модуляцію голосу [7: 175]. Як зазначила Скворцова В. Н., знання культурних та характерних особливостей інших, включаючи невербальну поведінку, допоможе покращити спілкування між культурами [4: 76].

Компетентність у спілкуванні, зокрема у невербальному, має загальнолюдські характеристики. Так, сильні емоції переживаються однаково всіма людьми, тому знаки-симптоми цих почуттів мають інтернаціональний характер. Але альтернативно існує інша невербальна поведінка – “культурна”, яка притаманна окремому народу чи етнічній групі й обумовлена культурними традиціями та національним характером. Зараз йде мова про існування національного стилю спілкування – типових, найбільш поширених, найбільш вірогідних особливостей мислення і стереотипів поведінки представників різних етносів. Використання невербальних засобів теж етнічно обумовлено, тому національна знаковість комунікативної поведінки може і повинна бути сприйнятою та вивченою так само, як і природна мова.

Невербальне спілкування займає важливе місце у житті кожного індивіда, оскільки, як зазначав Г. В. Колшанський, невербальні знаки – це не залишок, який виділяється з мовної системи, а особливий функціональний компонент парамовної системи, тобто та комунікативна підсистема, яка доповнює функцію вербальної комунікативної системи [1: 39]. Сукупність засобів невербального спілкування поділяють на кінесичну і некінесичну підсистеми. До кінесичної підсистеми, як до такої, що вивчає рухи тіла у процесі комунікативної взаємодії індивідів, відносять наступні категорії немовних символів: вираз обличчя, жести і позиції тіла. В свою чергу некінесична систе-

ма розглядає невербальні одиниці у межах таких явищ як артефакти, парамова, хептика, хронеміка і проксеміка [6: 49].

Особливе значення у ході комунікації має кінесична система. Дослідники зазначають, що “вираз обличчя, поза, жести, коли йдеться про сприйняття співрозмовника як особистості, набагато ефективніші, ніж його словесне вираження”. Таким чином, невербальні сигнали повинні гармоніювати з вербальним мовленням, бути з ним конгруентними, доповнюючи і підсилюючи його, хоча вони здебільшого не усвідомлюються мовцем і практично не контролюються ним.

Вираз обличчя, його міміка несуть інформацію про характер людини, її настрій, суб’єктивне ставлення до співрозмовника. “Кам’яний” вираз обличчя насторожує, викликає психологічний дискомфорт, небажання спілкуватися. Так, у Японії, де поширене обличчя-маска, представнику іншої культури важко зрозуміти співрозмовника. Французам, італійцям, іспанцям, навпаки, притаманна рухлива міміка; стриманіші у виявах невербальних символів фіні. Мімічні рухи мають у різних народів відмінне значення: українці підморгують аби на когось чи на щось звернути увагу, натякнути, покепкувати; англійці таким мімічним знаком супроводжують вітальні фрази або užívають його замість вітання; в багатьох східних культурах підморгування вважається поганою звичкою і може образити людину. Підняті брови в Германії означають захоплення, а в Англії – вираз скептицизму [7: 287].

Специфічною знаковою системою в невербальній комунікації є контакт очей як основний засіб візуального спілкування. З метою досягнення взаєморозуміння із співрозмовником необхідно пам’ятати про значення візуального контакту. Відомо, що поглядом можна позитивно або негативно вплинути на іншу людину. Етнографи поділяють нації на “контактні” та “неконтактні”. До “контактних” відносять, наприклад, італійців, іспанців, греків, латиноамериканців, арабів, у спілкуванні яких погляд відіграє значну роль, оскільки відведення очей під час розмови інтерпретується як вияв неввічливості. Представниками “неконтактних” культур вважаються народи Скандинавії, Японії, Індії, Пакистану, де не заведено прямо розглядати людину. Японці у ході бесіди дивляться на шию співрозмовника, очі якого перебувають у полі периферійного зору. В суспільствах з ієрархічною традицією, спостерігаючи за рухами очей, можна легко визначити “табелі рангів”. Люди з нижчим рангом намагаються слідкувати за тими, у кого ранг вищий, але які ігнорують їх, якщо тільки не розмовляють безпосередньо з ними [6: 38].

Жести, як виражальні рухи рук та інших частин тіла, є найбільш поширеними невербальними знаками. А. Піз у своїй праці “Язык телодвижений” пише: “Жести поживляють мовлення, але ними варто користуватися обережно. Виразний жест повинен відповідати змісту і значенню даної фрази чи окремого слова. Занадто часті, одноманітні, метушливі, різкі рухи руками неприємні, приїдаються і дратують” [3: 78]. Доведено, що їх кількість і інтенсивність національно обумовлена. Так, наприклад, впродовж годинної розмови мексиканець жестикулює в середньому 180 разів, італієць – 120, француз – 80, фін – тільки 1 раз. Практично не жестикулюють представники Сходу та мусульманського світу, оскільки стримана поведінка засвідчує гідність людини.

Популярний жест “коло”, утворене пальцями руки більшістю англомовних народів, а також, в Європі та Азії застосовують з метою передавання інформації про те, що все гаразд. Цей жест було популяризовано в Америці на початку 19 століття, головним чином пресою, що почала в той час кампанію по скороченню слів і ходових фраз до їх початкових літер. Схоже на те, що коло у жесті символізує літеру О. Значення “OK” добре відоме в усіх англомовних країнах, а також в Європі і Азії, проте в деяких країнах цей знак має абсолютно інше походження і значення. Наприклад у Франції він означає “нуль” або “нічого”, в Японії він значить “гроші”, а в деяких країнах Середземноморського басейну цей жест використовується для позначення нетрадиційної орієнтації чоловіка.

В Америці, Англії, Австралії і Новій Зеландії піднятий догори великий палець має три значення. Зазвичай він використовується на дорозі, у спробі спіймати машину. Друге значення – “все гаразд”, а коли великий палець різко викидається вгору, це стає образливим знаком, що означає нецензурну.

V-подібний знак пальцями дуже популярний в Великобританії і Австралії і має образливу інтерпретацію. Під час Другої світової війни Уїнстон Черчілль популяризував знак “V” для позначення перемоги, але для цього значення рука повернута тильною стороною до того хто говорить. Якщо ж при цьому жесті рука повернена долонею до того, хто говорить, то жест набуває образливого значення – “замовкни”. В більшості країн Європи, однак, V-жест в будь-якому випадку означає “перемога”, а його образливе значення представникам даних національностей не відоме. В багатьох країнах цей жест символізує також цифру “2” [5: 54].

Говорячи про себе, європеєць вказує рукою на груди, а японець – на ніс. Коли француз чи італієць стукають себе по голові, це зна-

чить, що вони вважають якусь ідею безглуздою. Якщо британець чи іспанець стукнуть себе долонею по чолі, вони покажуть оточуючим, що задоволені собою. Тим же жестом німець виразить своє вкрай невдоволене ставлення до когось. Голландець, стукаючи по лобі і при цьому витягуючи вказівний палець, повідомляє, що ідея йому сподобалась, але він вважає її злегка божевільною. Там же, в Голландії, обертання вказівного пальця біля скроні означає, що хтось сказав розумну і дотепну фразу, тоді як аналогічний знак у більшості слов'янських культур інтерпретується як відсутність розумових здібностей у співрозмовника.

Висновки. Невербальне спілкування нерозривно пов'язане із загальною моделлю людської поведінки. Невербальні засоби є сукупністю типових дій, закріплених національно-культурними традиціями в певному середовищі. Для ефективного спілкування необхідно бути обізнаним зі специфікою тих чи інших невербальних символів в різних культурах аби уникнути непорозумінь, які навіть можуть призвести до міжкультурних конфліктів.

Аналіз особливостей невербальної комунікації з огляду на міжкультурний аспект є перспективним напрямком дослідження у межах лінгвістичної науки. В процесі глобалізації він поглиблює знання про способи ефективного спілкування між представниками різних культур.

### **Список літератури:**

1. Колшанский Г. В. Паралингвистика. – М.: Наука, 1974. – 96 с.
2. Красавский Н. А. Обучение невербальному типу общения на занятиях иностранного языка. // Теория и практика построения современных образовательных технологий. – Волгоград, 2002. – С. 272 – 275.
3. Пиз А. Язык телодвижений. – Нижний Новгород., 1992. – 215 с.
4. Скворцова В. Н. Профессиональная этика: Учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – 180 с.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000. – 624 с.
6. Фалькова Е. Г. Межкультурная коммуникация в основных понятиях и определениях: Методическое пособие. – СПб.: Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. – 77с.
7. Шамне Н. Л. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. – Волгоград, 1999. – 208 с.

*Моїсєва Олена Сергїївна,  
Національний університет “Острозька академія”*

## ПРОБЛЕМА БАГАТОЗНАЧНОСТІ У ЛІНГВІСТИЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Для розуміння проблеми багатозначності у сучасній науці про мову, необхідно розпочати з самого визначення поняття багатозначності. Отже, багатозначність або полісемія – наявність у семантичній структурі мовної одиниці двох чи більше значень, тобто віднесеність її до двох чи більше об'єктів позначення. З огляду на це, щодо питання багатозначності терміну виникають різні думки та погляди. Деякі вчені (Расєвська Н.М., Арнольд І.С) вважають, що полісемія у термінології не має існувати [2: 266]. Це пов'язано з тим, що терміни мають бути однозначними, точними та байдужими до контексту. Проте, Комісаров В.Н. та Земська Е.А. допускають наявність багатозначності у термінології. Кожен термін може мати не одну дефініцію [1: 118].

**Актуальність** проблеми полягає у тому, що питання багатозначності, попри значну дослідженість у художніх творах, досить мало вивчене у науковій термінології.

**Предмет** – особливості прояву явища багатозначності термінології на прикладі конкретної вибірки термінів.

**Завдання** дослідження - виокремити групи багатозначних термінів на основі спільних ознак та здійснити їх короткий опис.

На основі Англо-руського словаря лингвистических терминов Дениса Хворостина [3: 112] було виокремлено наступні групи термінів:

1. Терміни, перше значення яких є узагальненим, а друге – конкретизованим. Ця група включає в себе найбільшу кількість термінів. До неї відносяться слова, які свідчать про перехід від родового поняття до видового (*masculine*), від явища до його практичного застосування (*vernacularism*), слова, які містять у собі характеристику та особу, якій притаманна ця характеристика (*bilingual*).

2. Терміни, перше значення яких є загальним, а інше використовується у межах певної науки, або терміни, перше значення яких є

науковим, а друге – загальним. Для ілюстрації звуження значення слова до наукового можна назвати *major*, яке пройшло подібний процес від “більш значний, більший, той, що складає більшу частину” та “головний (у структурі силогізму)” у логіці. На противагу, слово *linguist* вживалося спочатку у значенні “лінгвіст, мовознавець”, тобто як спеціаліст у певній галузі знань. Пізніше це слово почало позначати “людину, яка володіє мовами, поліглотом”.

3. Терміни, які використовуються для позначення явищ у різних науках. Не дивлячись на те, що вони мають деяку подібність у значеннях, вони використовуються у різних сферах та галузях знань. Так, слово *environment* у лінгвістиці трактується як “оточення”, де мається на увазі оточення конкретного слова, а у психології - “навколишнє середовище”, тобто чинники та фактори, які впливають на людину ззовні.

4. Четверта група слугує опозицією для першої, адже включає у себе терміни, значення яких змінюється від конкретного до загального. Розширення значення притаманне для слова *idiom*, яке спочатку позначало “ідіому, ідіоматичний вираз”, згодом - “мову, діалект, говір”.

На основі вибірки можна простежити, що сфера вжитку значення кожного слова змінювалась у залежності від історичного розвитку мови, зовнішніх або внутрішньо лінгвістичних процесів. Звідси, багатозначність є невід’ємною частиною лінгвістичної термінології, адже свідчить про те, що наука не є виключно сталою та незмінною системою, а схильна до змін та розвитку.

### **Список літератури:**

1. Комісаров В. Н. Лінгвістика перекладу [ Текст ] / В. Н. Комісаров. – М.: Міжнародні відносини, 1990. – 118 с.
2. Раєвська Н. М. English lexicology [ Текст ] / Н. М. Раєвська. – К.: Вища школа, 1991. – 266 с.
3. Хворостин Д. В. Англо-русский словарь лингвистических терминов [ Текст ] / Д. В. Хворостин. - Ч.: Записки лингвиста, 2007. – 112с.

*Момот Лідія Миколаївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЮ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНІЙ МОВИ**

Контроль виступає невід'ємною складовою навчання іноземної мови і є органічно інтегрованим у цю систему. На відміну від власне вивчення іноземної мови, метою якого є формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмінь, завданням контролю передусім є визначення та оцінювання рівня їх сформованості. Перед учителем стоїть завдання так організувати навчальний процес, щоб контроль природно включався в систему навчання як обов'язковий функціональний компонент, який забезпечує його цілеспрямованість та об'єктивність. Використовуючи традиційні форми і методи контролю, вчителі повинні знайомитись з досвідом педагогів-новаторів та результатами їх досліджень. Використовуючи цей досвід, вони повинні шукати нові ефективні методи контролю. Однією з найбільш ефективних форм контролю при навчанні іноземної мови на сьогоднішній день є тестовий контроль.

Мета даної статті полягає у висвітленні функціонального призначення та ефективності тестового контролю у навчанні іноземних мов. Серед основних дослідницьких завдань у розкритті теми є: аналіз умов ефективного застосування тестового контролю при навчанні іноземних мов; характеристика особливостей тестів в залежності від видів контролю.

Проблема розробки тестів та їх застосування в практиці навчання іноземних мов досліджували вчені С. Ніколаєва [3], О. Петрашук [4; 5], С. Фоломкіна [7], Н. Задорожня [1] та інші. У своїх дослідженнях вони проаналізували методику складання тестових завдань, висвітлили ефективність застосування тестів для контролю різних видів мовленнєвої діяльності: говоріння, письма, аудіювання та читання. Проте недостатньо вивченим залишається питання особливостей використання тестування для різних видів контролю: поточного, тематичного, рубіжного та підсумкового, що й зумовлює актуальність дослідження.

Тестовий контроль або тестування як термін означає у вузькому значенні використання і проведення тесту, і в широкому – як сукупність етапів планування, складання і випробовування тестів, обробки та інтерпретації результатів проведення тесту [3: 272]. За визначенням С. Фоломкіної, під тестом розуміються завдання, що мають специфічну організацію, яка дозволяє всім студентам чи учням працювати одночасно в однакових умовах і записувати виконання символами [7: 12]. Завдання тестів завжди мають однозначне рішення, визначення правильності відповіді здійснюється по заготовленому ключу. Застосування тестів при контролі доцільне тому, що вони задають напрям розумової діяльності тестованих.

Тестування у навчанні іноземної мови проводиться для виявлення рівня досягнення в певному виді діяльності, визначення труднощів в оволодінні тим або іншим видом мовленнєвої діяльності і можливих способів їх подолання. Основна відмінність тесту від традиційної контрольної роботи полягає у тому, що він завжди припускає вимірювання. Тому оцінка, що виставляється за підсумками тестування, відрізняється більшою об'єктивністю і незалежністю від можливого суб'єктивізму вчителя.

У навчанні іноземних мов застосовується лінгводидактичне тестування. Основними показниками якості лінгводидактичного тесту є наступні його характеристики: валідність, надійність, диференційна здатність, практичність та економічність. Валідність тесту означає його придатність для визначення рівня володіння певними іншомовними мовленнєвими навичками і вміннями. Надійність тесту визначається стабільністю його функції як інструмента вимірювання. Диференційна здатність – характеристика тесту, яка вказує на здатність даного тесту виявляти встигаючих і невстигаючих тестованих, тобто з достатнім і недостатнім рівнем володіння іншомовними навичками і вміннями. Під практичність розуміється простота організації проведення тестування в різних умовах і легкість перевірки відповідей та визначення результатів. Економічність тесту передбачає мінімальні витрати часу, зусиль і коштів на його підготовку [2: 257].

Для докладнішого розуміння принципів організації та проведення таких тестувань, варто охарактеризувати кожен із видів тестового контролю, оскільки вони мають свої особливості. Поточний тестовий контроль відбувається систематично на заняттях у процесі навчання з метою отримання вчителем інформації про успішність засвоєння учнями іншомовного матеріалу та формування у них навичок та умінь мовлення, а також інформації про доцільність застосування



тих чи інших прийомів навчання. Результати, отримані вчителем в ході поточного контролю, дозволяють стежити за ефективністю процесу навчання і своєчасно коригувати недоліки. В тестах переважають тестові завдання, спрямовані на перевірку окремої навички чи вміння, відповіді – здебільшого вибіркові. Тести розробляються самим вчителем відповідно до мети контролю [5: 12].

Найбільш складним за організацією та проведенням є підсумковий тестовий контроль. Підсумковий контроль здійснюється в кінці кожного навчального року. Для проведення підсумкового контролю можуть бути запропоновані тести двох рівнів складності. Доцільність дворівневого тестування можна пояснити тим, що успішність оволодіння іноземною мовою на тому чи іншому рівні у значній мірі залежить від таких суб'єктивних факторів як індивідуально-психологічні особливості учнів, що впливають на цей процес, та попередня підготовка кожного конкретного учня з іноземної мови [4: 3].

Модернізація системи шкільної освіти і запровадження зовнішнього незалежного оцінювання для учнів-випускників викликає особливу увагу до тестування як форми контролю знань. Вчителі повинні постійно практикувати тестові завдання у навчанні, слідкувати за тим, щоб підготовлені ними завдання для контролю відповідали комплексу тих завдань, що пропонуються на зовнішньому незалежному оцінюванні.

Отже, варто відзначити, що успіх у навчанні іноземної мови багато в чому залежить від того, в якому ступені якість знань учнів знаходиться у полі зору вчителя і яка увага надається профілактиці помилок. Велику користь може принести перевірка знань відразу всіх учнів у формі тестування. Тестовий контроль є ефективною формою контролю, яка відповідає цілям контролю і вимогам, що висуваються до нього, а також забезпечує ефективну реалізацію усіх його функцій у процесі навчання іноземної мови. Кожен із видів тестового контролю має свої специфічні особливості, які необхідно враховувати під час підготовки тестів.

### **Список літератури:**

1. Задорожня Н. З досвіду тестування учнів середньої школи з іноземної мови / Н. Задорожня // Іноземні мови. – 1995. – № 3-4. – С. 20-24.
2. Методика навчання іноземних мов у загальноосвітніх навчальних закладах / [За ред. Л. Панова, І. Андрійко, С. Тезікова]. – К., 2010. – 328 с.
3. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах / [За ред. С. Ніколаєвої]. – К., 1999. – 318 с.

4. Петрашук О. Принципи та функції стандартизованого контролю у навчанні іноземної мови в середніх навчальних закладах / О. Петоашук // Іноземні мови. – 1997. – № 2. – С. 3-4.

5. Петрашук О. Тестовий контроль у навчанні письма учнів середньої загальноосвітньої школи / О. Петрашук // Іноземні мови. – 1999. – № 3. – С. 11-14.

6. Труханова Т. Особливості організації контролю у навчанні англійської мови у школах / Т. Труханова // Наукові записки: Філологічні науки. – Кіровоград, 2010. – Вип. 89 (2). – С. 251-255.

7. Фоломкина С. Тестирование при изучении иностранного языка / С. Фоломкина // Иностранные языки в школе. – 1986. – № 2. – С. 12-16.

*Новак Вікторія Володимирівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МЕТАФОРИ В ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА США БАРАКА ОБАМИ

Політична промова як вияв політичного дискурсу – це публічний виступ, який є ефективним засобом для одержання визнання та демонстрації лідерства. Політичним промовам характерний специфічний підбір лексичних та стилістичних одиниць з метою вербального впливу на слухача. Політичні промови президента США Барака Обами є яскравим прикладом використання метафор, що мають на меті показати об'єкт у новому, несподіваному світлі, привернути увагу слухача, тобто використовуються у метасеміотичному плані [1: 161].

**Актуальність** даного дослідження полягає у тому, щоб виділити мовні показники риторики президента та дослідити спрямованість вживання метафор у його промовах.

**Об'єкт** дослідження: політичний дискурс президента Барака Обами.

**Предмет** дослідження: спрямованість вживання метафор у політичному дискурсі президента Барака Обами.

**Методи** дослідження: аналіз наукових джерел з теорії мовного впливу та ораторського мистецтва, стилістичний аналіз текстів політичних промов Барака Обами та метод узагальнення отриманих результатів дослідження.

**Джерельною базою** дослідження є виступ президента США Барака Обами перед студентами Каїрського університету 4 червня 2009 року та його промова у Російській економічній школі у Москві 7 липня 2009 року [3].

Риторика Б. Обами насичена метафоричними моделями зі сферою-джерелом «хвора людина» [2: 136]: painful times (Moscow, July 7, 2009); painful history; endured the pain of dislocation; enormous trauma; agonizing for America; It's a belief that pulsed in the cradle of civilization, and that still beats in the hearts of billions around the world (Cairo, June 4, 2009). Логічно припустити, що серйозна загроза в

економічній чи політичній сфері сприймається як смертельна небезпека. Метафори, утворені за даними моделями, носять переважно емотивний характер, тобто вони створені для того, щоб перенести емоційне відношення до поняття-джерела на поняття, яке концептуалізоване метафоричним значенням слова [2: 138]. Болючі часи та історія, біль переселення, травма і агонія для США і світу – такі вирази підсилюють настрої важкості й викликів історії.

Є у промовах і використання метафор із сфери-джерела «війна». От, наприклад: *ideological trenches* (Moscow, July 7, 2009) або ж *America cannot and should not seek to impose any system of government on any other country, nor would we presume to choose which party or individual should run a country. And we haven't always done what we should have on that front* (Moscow, July 7, 2009). Вживаючи метафору «ідеологічні окопи» та «на цьому фронті», Обама висловлює важкість ідеологічних протистоянь. Вже в самій метафорі закладена спрямованість на формування та позначення концепту [2: 133].

Отже, на прикладі промов президента США Барака Обама ми бачимо, що його риторика насичена метафоричними моделями зокрема зі сфери-джерела «хвора людина» та «війна», що покликані пожвавити виклад, зацікавити слухача, дати текстові емоційний заряд. Широке використання метафор зумовлене і прагматичною установкою публіцистичного стилю.

### **Список літератури:**

1. Омельченко, Л. Ф. Английская композита: структура и семантика: Дис. д-ра филол. Наук: 10.02.04 [Текст] / Л. Ф. Омельченко. – К., 1989. – 493 с.
2. Опарина, Е. О. Метафора в политическом дискурсе // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования [Текст]: Сб. науч. тр. / Е. О. Опарина. – Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. – М.: РАН ИНИОН, 2002. – 375 с.
3. Remarks By President Barack Obama [Electronic resource] Mode of access:<http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-barack-obama-prague-delivered>

*Новоселецька Світлана Володимирівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Історичний розвиток мов може спричинити, як відомо, полінаціональність, тобто коли одна мова використовується жителями різних країн, існує у формі національних варіантів. Національний варіант – це форма адаптації єдиної літературної мови, умов, потреб і традицій нації, носіїв певної мови. Вивчення лінгвістичних особливостей англійської мови є надзвичайно важливим для студентів філологів з метою досконалого вивчення іноземної мови. Дослідження варіантів англійської мови є необхідним, для того, щоб уникнути комунікативних непорозумінь. Дослідженню питання варіантології англійської мови присвячено чимало праць як закордонних науковців (R. Berndt, A. Markwardt, R. Quirk, D. Crystal, R. McDavid, K. Janicki), так і вітчизняних вчених (Ю. Зацний, Р. Крицберг, О. Швейцер, Ю. Жлуктенко). Таким чином, актуальність обраної теми визначається загальною спрямованістю сучасного мовознавства на поглиблене пізнання багатогранних взаємовідносин мови та суспільства, на розкриття динамізму мовних змін і розвитку мови загалом. Метою статті є встановлення особливостей американського варіанту англійської мови та його характеристика.

Захоплення англійцями та пізніше американцями численних колоній, домініонів та підмандатних територій сприяло поширенню англійської мови по всій земній кулі. Англійська мова, прийнята як загальнонаціональна в Канаді, Австралії, Новій Зеландії, Південній Африці, в Індії, країнах Африки, на островах Тихого, Індійського, Атлантичного океанів, набула статусу офіційної, запозичуючи при цьому відносно невелику кількість лексичних одиниць з мов колонізованих народів. Наприклад, у ній з'явилися елементи, властиві іншим мовам, спонукаючи до утворення спрощених варіантів – афро-англійського Gullah, Pidgin English, Beach-la-Mar, Kroo-English, англо-креольських варіантів Ямайки та Південної Америки [2]. Англійською мовою розмовляє понад шістьсот мільйонів чоловік, для

більш ніж трьохсот мільйонів чоловік англійська мова є рідною. Вона широко використовується як в приватному так і в суспільному житті у ста країнах.

Враховуючи військовий, економічний, науковий, політичний та культурний вплив Британської Імперії у XVII-XIX століттях та вплив Сполучений Штатів Америки з початку XX століття і до нашого часу, англійська мова має статус лінгва-франка у багатьох частинах світу [2]. Беручи до уваги вплив носіїв англійської мови у таких сферах діяльності як кінематограф, літакобудування, радіомовлення, наукових досліджень, а також Інтернету, англійська мова широко вивчається як друга мова. Однак, слід зауважити, що вона має велику кількість варіантів, так як використовується різними націями, що постійно вносять певні культурні, лінгвістичні, мовні, історичні особливості. Найвідомішими варіантами англійської мови є американський, британський, канадський та австралійський.

Для того, аби зрозуміти особливості американського варіанта, пригадаймо основні віхи історичної канви:

- перші групи емігрантів, що прибули в Америку в XVII ст., розмовляли мовою Шекспіра і його сучасників;
- новоприбулі потрапляли у таке середовище, якого вони не могли бачити в Європі. Їм доводилось давати назви багатьом рослинам, тваринам і природним явищам. Колоністи вживали мовні ресурси індіанської мови чи мов емігрантів, що згодом прибували з інших країн, зокрема з Франції, Іспанії, Голландії, Німеччини;
- заселення американського континенту збіглося в часі з поширенням загальноосвітньої концепції, а винахід книгодрукування надав змогу в Америці читати книжки, які друкувалися здебільшого в Англії.

Основний словниковий склад мови у США суттєво не відрізняється від мови населення Британських островів. Незначні розходження спостерігаються у галузі фонетики й орфографії. Невелика кількість слів має відмінний від англійського стандарту наголос. Головна частина розходжень припадає на лексико-семантичні особливості вживання окремих слів, що викликано історичними умовами розвитку країни.

Зміни в орфографії американського мовного варіанту були спрямовані, головним чином, на спрощення орфографії та вимови, ґрунтування на фонетичних, а не на історичних засадах: написання -og замість -oug в словах: *armor*, *clamor*, *governor* та ін.; написання -eg замість -ge в словах: *cadaster*, *caliber*, *theater* (пор. з англійською

орфографією: *cadastre, calibre, theatre*); спрощення подвоєння приголосних: *traveler, wagon* та ін. [1: 35]. Слід зазначити, що спроби спрощення орфографії мають в США більше прихильників, ніж в Англії. Проте в обох країнах для ефективного спрощення розходження між написанням та вимовою зроблено дуже мало.

Після того, як американські колонії стали незалежними, багато реформаторів мови пропонували низку змін до правопису. Серед них Бенджамін Франклін (1706-1790), який у 1768 р. розробив схему нового алфавіту і правопис, який мав би спростити орфографію як тільки можливо. Він запропонував такі зміни: *waz* (відповідно замість *was*), *riten* (*written*), *wil* (*will*), *helth* (*health*) [4]. Мова постійно змінюється. Найбільш чутливою ділянкою є лексичний фонд. Наслідки мовних контактів найпомітніші на лексико-семантичному рівні. Крім того, певні лексичні одиниці можуть зникати або поступово замінюватися іншими, створюючи нові поняття і, відповідно, утворюються нові слова, для їх найменування. Існування невідповідностей свідчить про те, що:

- в американському варіанті вживаються слова давньої англійської мови. (f.i. *fall, thus*);

- слова, частково введені у мовний вжиток, стали природним наслідком відображення іншого оточення соціальних і політичних умов, специфіки господарства і напрямків провадження бізнесу. Наприклад, особливості державного устрою, творення різноманітних інституцій молодій демократичній державі, як наслідок, знайшли відображення у словнику адміністративно-управлінського характеру (*president, administration, Congress, the House of Representatives, Senate State Secretary*), чого, напевно, не могло бути в аристократичній англійській монархії;

- неабияк вплинули запозичення з інших мов, а саме з індіанської, французької, іспанської, голландської, німецької [3].

Індіанські запозичення становили ботанічну термінологію, назви тварин, риб, культурологічні поняття: *pecan, moccasin, moose*. До лексику введено слова французької мови, такі як: *pumpkin, praline, chute, depot, cent*. Про вплив іспанської мови на мовний фонд свідчать лексеми: *cockroach, mustang, rumba, tornado*. Голландські запозичення теж посідають належне місце у словнику: *spook, Santa Clause, dope, Yankee*. До цього переліку можна додати німецькі запозичення: *delicatessen, hamburger, noodle, seminar*. Соціальне розшарування населення спонукало до появи таких слів, як *gangster, mafiosi, buddy* [5].

Мова як інші важливі сфери людської поведінки повільно, проте неперервно, еволюціонує від старих до нових форм. Коли різні групи людей, носіїв однієї мови, розділяють географічні, політичні чи соціальні бар'єри, кожна група поступово розвиває свій власний варіант мови.

**Список літератури:**

1. Бабенко А.П. Американський варіант англійського язика / А.П. Бабенко, Е.В. Христенко. – Харьков: Рубикон, 1991. – 256 с.
2. Семенець О.Є. Соціальні процеси і мовна діяльність. – К., 1984. – 547 с.
3. Janicki K. Elements of British and American English – Panstwowe Wydawnictwo Naukowe, 1977. – 137 p.
4. New Encyclopaedia Britannica [Електронний ресурс] / режим доступу: <http://www.britannica.com/>.
5. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English language. Lexicon Publications inc. Danbury, 1993. – 1248 p.



*Огей Мирослава Вадимівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Гуманітарні науки в другій половині ХХ сторіччя збагатилися успішним розвитком оригінальних лінгвістичних ідей. Саме тоді в мовознавстві відбулися радикальні зміни: “вихід за межі речення”, “формування прагматичної парадигми”, “когнітивна революція”, “комунікативно-дискурсивний підхід” тощо. З’явилися нові лінгвістичні концепції, теорії, методології та дослідницькі програми, на базі яких виникли “гібридні” мовні дисципліни. Система поглядів на мову як об’єкт дослідження розширила свої межі, охопивши психологію людини, її свідомість, мислення, сприйняття, емоції в культурно-соціальному контексті. З’явилась нова наука – психолінгвістика, яка почала вивчати процеси породження мовлення, його сприймання, а також формування мовлення відповідно до системи мови.

Засоби масової інформації відіграли визначальну роль у формуванні свідомості людей у всьому світі. Медіа забезпечують ідеологічну підтримку суспільного життя, структурують ієрархію потреб і цінностей, насаджують певні моделі поведінки, спосіб життя, ментальні конструкції. Засоби масової інформації є способом масового зв’язку між тими, хто управляє, і тими, хто є об’єктом управління, тобто громадянами того чи іншого суспільства. Мас-медіа несуть не тільки оперативну, а й офіційну інформацію — закони, розпорядження, укази тощо. Цим самим вони передають волю влади, її вимоги. Це специфічний вид директивної інформації, розповсюдженої у масовий спосіб. Разом з тим засоби масової інформації є видом зворотного зв’язку. Вони акумулюють думки, прагнення, судження людей практично з усіх сфер життя громади. Це своєрідний барометр громадської думки.

Мас-медіа є певною зброєю надбудови індивідуальних свідомостей на суспільні запити – запити масового суспільства. Дослідження в галузі медіа-культури спрямовані на те, щоб зрозуміти, як люди

впроваджують суспільні цінності, як задовольняються образами медіа та як медіа впливають на суспільство й особистість.

Л. Воеводіна зазначає: «Ідеологічне середовище, яке супроводжує функціонування індустрії культури, виникає в результаті експліцитної чи імпліцитної маніпуляції політичної еліти, але, відображаючись у соціальній свідомості, стає реальністю» [6]. Справді, з появою могутніших засобів комунікації посилюється вплив ідеології на духовний світ людини, на соціальну та індивідуальну свідомість, оскільки саме мас-медіа забезпечують контакт між соціальним середовищем та індивідумом, а останній виступає в ролі пасивного користувача інформаційних повідомлень. Можна погодитися з думкою Ж. Томпсона, який вважає, що медіа – це не тільки сфера ЗМІ, інституційно структурована у формі організацій масової комунікації, а й посилення комунікативного начала у всіх сферах – політичній, економічній, правовій» [2: 171]. Дослідження в галузі медіакультури спрямовані на те, щоб зрозуміти, як люди впроваджують суспільні цінності, як задовольняються образами медіа та як медіа впливають на суспільство й особистість. Вплив мас-медіа може бути різним. Якщо виходити з того, що засоби масової інформації викликають зміни в аудиторії, то він може здійснюватись у трьох різних сферах: поінформованість, настанови і поведінка аудиторії.

Історія впливу ЗМІ на реципієнта є також поділеною на етапи. Критерієм розрізнення є сила впливу ЗМІ. Згідно цієї класифікації є три етапи впливу мас-медіа: «сильний», «слабкий» та «вибірковий» [4].

На етапі «сильного впливу ЗМІ» мас-медіа приписують майже безмежну всемогутність. Приписуване засобам масової інформації всесилля характеризується таким поняттями, як *hypodermic needle* [голка для підшкірних ін'єкцій] (тобто голка, яка практично без опору проходить крізь шкіру реципієнта і чинить вплив, ніби введення ін'єкцій) або *magic bullet* [магічна куля] (тобто магічна куля, яка проникає крізь усе). На цьому етапі вплив мас-медіа – це специфічна реакція аудиторії на подразника ЗМІ і що їх реакція адекватна силі подразників мас-медіа.

На етапі «слабкого впливу ЗМІ» мас-медіа приписують лише мінімальну силу: основною ідеєю мінімального ефекту, яка розвивається, було те, щоб люди як активні партнери комунікації у системі засобів масової інформації користувалися повідомленнями вибірково, зважаючи на свої вже існуючі попередні настанови. Характерним для етапу «слабкого впливу ЗМІ» вважають дослідження П. Лазарсфельда «Вибір людей». Основні результати цього дослідження піз-

ніше Дж. Клаппер об'єднав у «Теорію неефективності мас-медіа» (limited effects theory) [1].

На етапі «вибіркового впливу ЗМІ» мас-медіа мають силу, яка залежить від поведінки у використанні мас-медіа. Характерним для етапу «вибіркового впливу» вважають різні моделі впливу мас-медіа на психіку людини, які приписують засобам масової інформації: проблема вибору напрямків діяльності мас-медіа, модель «спіралі мовчання» і «теорія використання і задоволення».

М. Маккомбсом та Д. Шоу започаткували дослідження проблеми вибору діяльності напрямків мас-медіа. Зміст цієї моделі полягає в тому, що мас-медіа формують порядок денний, тобто ієрархію тем для висвітлення мас-медіа, що має суттєвий вплив на оцінку тем масмедійною аудиторією. На думку Маккомбса та Шоу, процес вибору актуальних тем чітко сформулював Коен. За його словами мас-медіа впливають на те, *про що* люди думають, проте не обов'язково на те, *що* вони при цьому думають [3]. Таким чином, вплив ЗМІ полягає у тому, що «люди у своєму уявленні про те, що є важливим і має значення для життя суспільства, орієнтуються на вибір, зроблений ЗМІ, який не дає чіткої відповіді на те, що можна думати з цього приводу» [4].

Відповідно до моделі поінформованості (моделі уваги) ЗМІ впливають на те, які теми взагалі привернуть людську увагу. Ця модель базується на тому, що темами мас-медіа є нові події або нові обставини відомих справ. Згідно з моделлю важливості (моделлю підкреслення) ЗМІ впливають на те, які теми слід розглядати, і які теми є актуальними. Згідно цієї моделі, реципієнти вважають важливою ту інформацію, яку висвітлили ЗМІ. Модель пріоритетів мас-медіа, впливає на те, який пріоритет приписується окремим темам: What is an agenda: it is a list of issues and events that are viewed at a point in time in a hierarchy of importance («Що таке порядок денний: це список питань і подій, що відображаються у ЗМІ на даний момент часу згідно з ієрархією важливості») [5].

Модель «спіралі мовчання», яку розробила Елізабет Ноелль-Нойман, представляє надзвичайно широкий підхід, у центрі якого перебуває формування та розвиток людської думки. Суттю цієї моделі є те, що індивід, який проти своєї волі схильний довіряти думці, поширеній серед громадськості, приховує свою власну думку, завдяки чому поширена думка серед громадськості стає сильнішою.

Еліх Катц опрацював теорію «використання і задоволення». Він мав на меті змінити парадигм: замінити питання «Що ЗМІ роблять з

людьми?» на питання «Що люди роблять з ЗМІ?». Тому в теорії «використання і задоволення» аудиторія розглядається не як «жертва», а більше як активний, зацікавлений споживач мас-медіа. Ця теорія ґрунтується на тому, що людина використовує мас-медіа для задоволення та власних потреб.

Засоби масової інформації через вплив на суспільство впливають на кожну людину окремо, формуючи однакові емоції і дії. Мас-медіа стали маніпулятивною силою, яка контролює свідомість реципієнта, його емоції, почуття та впливає на його свідомість. Через ЗМІ людство дізнається про події світу і саме якість висвітлення певного питання має дуже важливе значення, адже на основі побаченого, прочитаного чи почутого в ЗМІ, реципієнт формує свою точку зору і ставлення до поставленої проблеми.

### **Список літератури:**

1. Штрамайер Г. Політика і мас-медіа. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.
2. Cohen, Bernard C. *The press, the Public and Foreign Policy*, Princeton: University Press, 1963.
3. Marcinkowski, F. *Setting als politikwissenschaftlich relevantes Paradigma*. Baden-Baden: Nomos, 2002.
4. Rogers, Everett M., Dearing, James W. *Agenda Setting Research – Setting als politikwissenschaftlich relevantes Paradigma.: Communication Yearbook 11*, Newsbury Park: Sage, 1988.
5. Thompson, J. *The Media and Modernity. Theory of the Media / J. Thompson* ; Stanford University Press, 1995.
6. Воеводина, Л. Н. *Современные мифы и манипуляция массовым сознанием*. [Електронний ресурс]. <http://www.dissercat.com/content/mif-v-sisteme-politicheskoi-kultury>.

**Огнівчук Ніна Василівна,**  
*Національний університет «Острозька академія»*

## СЛОГАН ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

Сприйняття повідомлень залежить від номінативного аспекту подання інформації, оскільки процес номінації є одним із видів психологічного програмування масової свідомості. Процес номінації з маніпулятивною метою є стратегією, яка широко застосовується у політичному дискурсі, зокрема у *політичній рекламі*. Комунікативна суть політичної реклами полягає в тому, що вона встановлює контакт між політиками і громадянами, здійснює спрямований адресний зв'язок між ними, використовуючи гранично доступну для сприйняття й адекватну йому знакову систему.

Політична реклама є своєрідним провідником ідей, ретранслятором образів, символів, міфів. Вона виконує інформаційну функцію, ознайомлюючи аудиторію з партією, кандидатом, їхніми поглядами, акціями, пропозиціями і перевагами перед конкурентами [3: 118].

Рекламна діяльність, у тому числі й політична реклама, займають чільне місце серед досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема А.Д. Васильєва, О. Єгорової-Гантман, В.В. Зірки, В.В. Кеворкова, І. Морозової, В.Л. Музиканта, К. Плешакова, І.Я. Рожкова, С.М. Росщупкіна, М.І. Тимофєєва, Н.Б. Фільчикової, Б.М. Фірсова та інших.

Слоган, або рекламний девіз, що виражає саму суть комерційної пропозиції, на сьогодні є невід'ємною складовою політичного дискурсу. Рекламний слоган – це комунікативне повідомлення, що має прагматичну настанову передати інформацію про предмет реклами найбільшій кількості людей з метою спонукання їх до активної дії. Слоган орієнтований насамперед на максимальне досягнення прагматичного ефекту [1: 4].

Слоган – автономний різновид рекламного тексту, маючи всі прагматичні і стилістичні особливості, складається з одного речення, яке перебуває у взаємозалежності з брендом, що сприяє максимальному стисненню і концентрації рекламної інформації. Критеріями

креативного, успішного, ефективного слогана є: запам'ятовуваність; практичність (зв'язок з характеристиками рекламованого товару, його об'єктивними якостями і функціями); унікальність (виражена відмінними від інших характеристиками бренда чітка диференціація щодо конкурентів) [2: 165].

Використання маніпулятивних стратегій під час створення політичних слоганів є запорукою їх успішності. Найчастіше в основі маніпуляції лежить стилістичний прийом чи засіб. У передвиборчих перегонах президентської кампанії у США у 2000 році один з кандидатів Ал Гор використав наступні слогани: *prosperity and progress* та *prosperity for America's families*. У першому випадку співзвучність досягається завдяки явищу анафори (умисному повторенні початкового елемента структури *prosperity and progress*). Завдяки цьому слоган легко запам'ятовується, а отже досягається головний критерій успішності слогану. Другий приклад містить такий стилістичний прийом, як римування – *prosperity – families*.

Його суперник Джордж Буш старший у кампанії 2000 року використав гасла: *compassionate conservatism, leave no child behind; real plans for real people; reformer with results*. У трьох з чотирьох прикладів в основі лежить такий стилістичний засіб, як анафора (*compassionate conservatism,; real plans for real people; reformer with results*). Особливістю американського політичного дискурсу є використання образу «американської мрії», який наявний у слоганах Буша та його опонента: *prosperity for America's families, real plans for real people*.

У президентській кампанії 2008 року переміг Барак Обама з гаслами: *change we can believe in; change we need; hope*. В основі перших двох прикладів лежить стилістичний прийом інтимізації (використання особового займенника *we* з метою усунення класової дистанції між кандидатом та виборцями). Третій слоган *hope* має біблійне походження, адже віра та надія є ключовими елементами християнства.

Його опонент Джон МакКейн використав слоган *country first*, що в основі має порядковий числівник *first*, що в комбінації із поняттям «країна» створює спортивну метафору, котра викликає у підсвідомості образ лідера, який посів перше місце.

Отже, слоган є ефективним засобом політичної реклами. Його метою є спонукання аудиторії до певної дії чи поведінки шляхом створення у її свідомості певної установки за допомогою маніпулятивних стратегій. В основі успішності слогану лежать три основні

критерії: запам'ятовуваність, практичність та унікальність. Для досягнення мети найчастіше політики використовують стилістичні засоби та прийоми, звертаються до ключових понять американської культури та релігії.

### **Список літератури:**

1. Коваленко Н.Л. Лінгвістична позначеність слогана в структурі рекламного тексту: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.02 / Н.Л. Коваленко; Дніпропетр. нац. ун-т. – Дніпропетровськ: вид-во ДНУ, 2006. – 17 с.
2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Почепцов Г. Г. – К. : Ваклер, 2000. – 234 с.
3. Шовкун І. В. Про специфіку політичної реклами / Шовкун І. В. // Вісник Київського університету. Серія: Філософія. Політологія. – 2004. – Вип.67. – С. 116–119.
4. Presidential Campaign Slogans [Електронний ресурс]. Режим доступу до журн. : <http://www.presidentsusa.net/campaignslogans.html>

*Оксентюк Наталії Петрівни,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЮРИДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Дана стаття написана на тему: «Юридична термінологія в економічному дискурсі».

This article deals with the juridical terminology in the discourse of economics.

Свого розвитку теорія дискурсу та практика його аналізу набула в 60-70-х роках ХХ ст. Цей період характеризувався намаганнями вивести синтаксис за межі речення, розробкою прагматичного аспекту мовлення, розумінням соціального значення мовлення, загальною тенденцією до інтеграції гуманітарних досліджень [1: 137].

З одного боку дискурс спрямований на прагматичну ситуацію, яка залучається для визначення зв'язності дискурсу, його комунікативної адекватності, з іншого – дискурс звернений до ментальних процесів учасників комунікації етнографічним, психологічним, соціокультурним правилам і стратегіям породження й розуміння мовлення. Найчастіше ключовими словами відповідних дефініцій є текст, зв'язний текст, зв'язне мовлення, промова, мовлення, процес, явище.

З розширенням міжнародних взаємин вивчення іноземної мови як мови спеціальної набуває фахового термінологічного спрямування, однією з ознак якого є термінологічна двомовність. Терміни різних галузей знань утворюють в українській та іноземній мовах свої системи з внутрішньою впорядкованістю компонентів. Знайти оптимальну відповідність цих систем – важливе завдання сучасної філологічної науки. Особливого значення в період поглиблення інтеграції країн та міжнародних економічних зв'язків набуває функціонування економічної термінології у поєднанні з термінологією правознавчих актів, зокрема в економічних документах, угодах, працях, які містять певні юридичні рекомендації, вимоги та положення [2: 5].

Актуальність теми полягає в тому, що дане дослідження пов'язане з важливістю дії правових норм і законів у системі економічних зв'язків, адекватної мовної реалізації цих зв'язків. В сучасній лінг-



вістиці відсутні праці, які б дали змогу отримати цілісну картину інвентарю правничої терміносистеми на сучасному етапі її становлення та гармонізації відповідних підмов права демократичних країн світу, в тому числі й української правничої термінології, які висвітлювали би загальнотеоретичні питання, що стосуються процесів виникнення і функціонування наукових термінів права як одиниць первинної і вторинної номінації.

Юридичну та економічну лексику, підмову сучасної англійської мови вивчали дослідники Р. Махмутіна, О. Сербенська, Н. Кривосова, М. Папко, Л. Мисик та ін.

У цій роботі досліджувалась термінологія, а зокрема термінологічна система права з точки зору лінгвістики та лексикології, було визначено способи утворення термінів та їхнього вживання у економічному дискурсі. Також тут розкривається поняття «дискурс»; розглядаються типи дискурсу, детальніше зупиняючись на економічному дискурсі; текст як форма дискурсу; ґрунтовно тлумачиться поняття «термінології» та її функціонування; досліджено види термінів, а саме юридичній термінології англійської мови; подано моделі юридичних термінів, що використовуються в економічному дискурсі; зроблено вибірку термінів з економічних договорів англійською мовою та класифіковано їх.

#### **Список літератури:**

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.:Видавничий центр «Академія», 2004 – 344с.
2. Гумовська І. М., Англійська юридична термінологія в економічних текстах: генезис, дериваційні та семантично-функціональні аспекти. – Л., 2000. – с.
3. Виноградов В. С. Общие лексические вопросы. – М., 2004. – 312с

**Олійник А.В.,**

*Національний університет «Острозька академія»*

## ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

Активні зміни усталених способів життєдіяльності та суспільних норм, поступові трансформації, що відбуваються у суспільстві, а також заміна старих стереотипів новими значно впливають на становлення сучасної наукової думки. З кінця 60-их років минулого століття у багатьох науках, зокрема в історії, психології, соціальній філософії, соціології, лінгвістиці, розпочався процес переосмислення усталених у науковому світі теорій шляхом підкреслення гендерної ідентичності особистості. Людину почали розглядати не просто як біологічний суб'єкт, а як складну біосоціокогнітивну систему [1]. Одним із основних завдань лінгвістів став аналіз залежності мовної поведінки індивіда від його статевої приналежності. Ряд науковців (Р. Лакоф, Д. Теннен, Д. Фішмен, Д. Камерон, Зіммерман і Вест, Ш. Саймон, Д. Стенлі, Ю. Крістева, М. Холод, В. Засєкін, О. Горошко, В. Агєєва тощо) у своїх дослідженнях зосереджуються на питаннях зв'язку мови та гендеру, зокрема на таких його основних поняттях, як гендерлект, фемінність/маскуліність мовлення, мовний сексизм, міжстатеве спілкування, способи вербалізації гендерної асиметрії у суспільстві тощо.

Сьогодні гендерна проблематика також активно входить у перекладацьку практику. Вона торкається низки теоретичних досліджень, основним об'єктом яких є герменевтична сторона перекладу, тобто тлумачення та адекватне розуміння змісту оригіналу, а також особливості перекладацьких реконструкцій. На Україні до цієї теми зверталися С.В. Засєкін, Р.П. Зорівчак, В.П. Белянін, І.М. Горелов, В.А. Кухаренко, А.Р. Лурія, А.А. Залевська та інші. Спираючись, в першу чергу, на дані біології про те, що жіночий і чоловічий мозок використовують різні «базові принципи» обробки і аналізу інформації (в зонах мозку, відповідальних за логічний аналіз і обробку абстрактної інформації у чоловіків переважає сіра речовина, у жінок – біла [4]; крім того, в мозку чоловіків немає окремого відділу мовлення (за говоріння відповідає вся ліва півкуля), а в жінок натомість

такі відділи наявні у двох півкулях, що дозволяє їм краще володіти словом [8]), вчені аналізують гендерні особливості перекладів, виконаних жінками та чоловіками.

В сучасному перекладознавстві існує поняття «невидимості перекладача» (англ. translator's invisibility). Венуті, котрий запропонував цей термін, говорив: «The more fluent the translation, the more invisible the translator, the more visible the writer and the meaning of the foreign text» [6: 179]. Це можна трактувати таким чином, що автор твору повинен бути єдиний, а перекладач не має права накладати відтінок чи вносити свої коректури до оригіналу. Проте, дуже часто в практиці перекладу відчувається так званий «ефект перекладача». Наприклад, при виконанні перекладу феміністичних праць перекладачі-чоловіки схилилися до «оцензурювання» текстів оригіналу, а феміністки, навпаки, при перекладі чоловічого дискурсу часто вдавалися до перефразування елементів тексту, аби зменшити прояви сексизму з боку мовців. Так, наприклад, Сюзанна Джид Левін речення «No wee man can gare a woman» («Маленький (слабкий) чоловік не може звалтувати жінку») переклала як «Жоден чоловік не має права гвалтувати жінку», замінюючи «wee» на «one». Такого типу коректури можна пояснити тим, що при виконанні перекладу та доборі відповідних мовних елементів велику роль відіграють національні, індивідуальні та гендерні фактори [7: 71].

Врахування гендерних особливостей при перекладі є досить важливим аспектом у лінгвістиці та вимагає неабияких зусиль, так як перекладач повинен вирішувати два завдання одночасно – інтерпретувати оригінальний текст та бути провідником до тієї культури, в якій виник цей текст [5: 154]. Перекладач повинен зважати на гендерні стереотипи, оскільки вони відмінні для різних культур. Наприклад:

Французька: Un de mes secrétaires [чол.]

Італійська: Uno dei miei segretari [чол.]

Іспанська: Una de mis secretarias [жін.]

Німецька: Einer meiner Sekretäre [чол.]

Українська: Одна із секретарок [жін.]

Особливо багато проблем виникає при перекладі літературних творів. Під час перекладу власних назв та імен літературних героїв прослідковується тенденція до зміни статі персонажів. Для прикладу можна взяти відому казку про Вінні-Пуха, в оригіналі якої Сова (Owl) була чоловічого роду, та, оскільки в українській мові сова має жіночий граматичний рід, їй присвоїли відповідні якості у тексті перекладу. У перекладах казки Керолла «Аліса в країні чудес» пер-

сонажі-чоловіки набувають жіночого роду, пристосовуючись до граматичних особливостей мови перекладу: Mouse – Миша, Caterpillar – Гусениця, Dormouse – Соня, Mock Turtle – Фальшива Черепаха. Таке ж Проте, деякі перекладачі все ж уникали ігнорування авторської гендерної ідентифікації персонажів, перекладаючи Mouse як Мишенятко, Caterpillar – Черв'як або Шовкопряд, Dormouse – Бабак, а Mock Turtle як Черепах [2]. Дослідженню перекладів казок присвячені праці С.В. Засєкіна, вклад у розвиток гендерного аспекту вітчизняного перекладознавства надзвичайний. Він розвинув метод психографологічного аналізу текстів перекладів [3: 73].

Переклади чоловіків та жінок мають низку відмінних рис, що насамперед залежать від згаданих вище нейрофізіологічних особливостей. Зважаючи на національний, індивідуальний та гендерний фактори Луїза фон Флотова («Переклад та гендер» 1997) та Шері Саймон («Гендер у перекладі» 1996) у своїх працях говорили про відмінності у виборі лексичних одиниць при перекладі. Жінки схильні до гіперболізації слів, фантазування, «додумування» значення тих чи інших понять. Їхні переклади характеризуються образністю та експресивністю. В чоловіків, натомість, визначальною характеристикою є динамічність тексту. Вони схильні до конкретизації та точного висловлення своїх думок, уникаючи використання «зайвих» слів [7]. Окрім того, перекладачі-чоловіки дуже рідко використовують кліше, вони надають перевагу формулюванню нового поняття, створення власного варіанту перекладу, а не вживанню давно відомих «заїжджених» мовних одиниць. У перекладах, виконаних жінкою можна часто віднайти велику кількість консерватизмів та книжної лексики, адже вони більш «традиційні» у доборі лексичних еквівалентів. Ще одною визначальною характеристикою «жіночого» перекладу є часта конотація значень. Жінки схильні створювати контекст для представлення нових понять, навіть якщо такого немає в тексті мови оригіналу.

Асоціативне поле «чоловічих» перекладів є ширшим, оскільки вони мають багатші асоціації та «ширше» мислення. Стосовно вживання конкретних мовних засобів, то чоловіки схильні до частого використання якісних прикметників, а жінки – порівняльних. Останні також використовують більше особових займенників, часток, активних дієслів. Їхнім перекладам характерний непрямий порядок слів та шаблонність у побудові речень тощо.

Отож, тенденція сучасних мовних досліджень стосовно гендеру також поширилась і на перекладацьку практику. Проводиться ряд

досліджень щодо того, яким чином приналежність до певної статі визначає вміння і вправність професійно здійснювати переклади, який це дає вплив на вибір лексичних еквівалентів, їх асоціативність, експресивність, стиль та форму перекладу. Крім того вивчаються можливі способи уникнення проблем, пов'язаних з гендером у перекладі, зокрема, це переклад граматичних, соціальних, займенникових, семантичних гендерних одиниць.

### Список літератури:

1. Горошко Е., Кирилина А. Гендерные исследования в лингвистике сегодня // Гендерные исследования. – М., 1996.
2. Елифёрова М. «Багира сказала...» [Електронний ресурс] – режим доступу:  
3. <http://magazines.russ.ru/voplit/2009/2/eli12.html>
4. Засєкін С.В. Психолінгвістичні аспекти перекладу: Навчальний посібник. – Луцьк: ВІЕМ, 2006. – 144 с.
5. Інформаційний портал [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.patent.net.ua/intellectus/inteligibilisation/innovation/140/ua.html>
6. Livia, Anna. «One Man in Two is a Woman»: Linguistic Approaches to Gender in Literary Texts. – The handbook of language and gender / edited by Janet Holmes and Miriam Meyerhoff. – Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2005. – P. 144-158.
7. Venuti, Lawrence (1986) “A Translator’s Invisibility” Criticism: A Quarterly for Literature and Arts 28.2: 179-212.
8. Von Flotow, L. Translation and Gender. Translation in the Era of Feminism. – Manchester: St. Jerome Publishing, 1997. – 128 p.
9. Wardhaugh Donald. An introduction to sociolinguistics. – Malden, Mass: Blackwell, 2001. – 408p.

*Омельченко Уляна Володимирівна,  
Національний університет “Острозька академія”*

## **ЛЕКСИКО–СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ**

На сучасному етапі розвитку нашого суспільства реклама – невід’ємна частина економічного, соціального та навіть культурного життя. Телебачення, радіо, періодика та інші засоби масової інформації, кінематограф, книжкова продукція і, звичайно, зовнішні носії (вивіски, щити, плакати) – все охоплено справжнім рекламним бумом.

Притаманний сьогодні стрімкий розвиток реклами та її вплив на діяльність людини зумовлюють актуальність лінгвістичних досліджень особливостей рекламних повідомлень тому, що останні не лише інформують про теперішні події, але виступають також джерелом формування моделей суспільної поведінки і способу життя.

Об’єкт дослідження – англійські рекламні повідомлення.

Предмет дослідження – лексичні та стилістичні засоби використані в англійській рекламі.

Мета роботи – визначити особливість використання різноманітних лексичних та стилістичних засобів у рекламних текстах. Реалізація мети дослідження передбачає виконання завдань роботи:

- дослідити поняття, структуру та функції рекламного тексту;
- проаналізувати тексти англійських рекламних повідомлень;
- визначити специфіку використання лексичних та стилістичних засобів у англійських рекламних текстах.

Вивченню лінгвістичних аспектів реклами, мовних особливостей рекламного тексту приділяється належна увага у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці. Дослідженням мовних особливостей рекламних повідомлень займалися такі науковці: Дридзе Т.М., Булигіна Т.В., Верещагін Е.М., Степанов Ю.С., Горелов І.Н., Зильберт Б.А., Золотова Н.О., Кохтев Н.Н., Cohen D., Crystal та ін.

Реклама з’явилася дуже давно, вже в античності були відомі письмові рекламні повідомлення. Засновником реклами прийнято вважати якогось Ріно, зразок реклами якого був витягнутий на поверхню при розкопках давньогрецького міста: «Я - Ріно з острова Крит, з

волі богів тлумачу сни». Слово «реклама» походить від італійського *recclamare* – кричати, вигукувати, вимагати». Спочатку це слово означало крик, який використовувався, щоб привернути увагу, повідомити новину, забезпечити поширення інформації, в тому числі про продаж яких-небудь, товарів.

Реклама – особлива інформація, яка розповсюджується в будь-якій формі, за допомогою будь-яких засобів про фізичну чи юридичну особу, товари, ідеї і починання, що призначена для невизначеного кола осіб і покликана формувати або підтримувати інтерес до цих фізичних, юридичній особі, товарам, ідеям та починанням і сприяти реалізації товарів, ідей [1: 5 - 6].

З плином часу у тексті реклами виділилася своя структурна організація. Можна встановити наступну схему тексту:

заголовок, слоган, основний текст, фраза-відлуння.

Зрозуміло, що дана схема умовна, тому що її окремі частини можуть бути взаємозамінними або відсутні зовсім.

У заголовку має бути відображена ідея реклами, яка більш докладно розкривається в наступному текстовому ряді або підтверджується візуальним змістом (фотографією, малюнком, колажем).

Слоган – рекламне гасло, коротка фраза, яка легко запам'ятовується. Слоган називають океаном інформації, втиснуті в одну краплю, ударної рядком. Слоган – це словосполучення чи речення, що відображає суть рекламного повідомлення.

Основний текст являє собою розповідь або опис і містить в собі основну інформацію рекламного повідомлення. Він може бути представлений у формі монологу чи діалогу. Рекламний текст складається з інформаційного блоку і довідкового матеріалу.

Існують і загальні вимоги до тексту реклами. Так, наприклад, він повинен бути легким для сприйняття, не містити перебільшень, представляти факти, а не голослівні твердження. Загальновизнаним вважається, що довіра споживача до реклами підвищується, якщо зображення і текст відображають картину реального життя, свідцтва очевидців, думки авторитетних фахівців. Рекомендується також уникати використання негативних слів, тому що в пам'яті споживача можуть зберігатися негативні емоції.

Фраза-відлуння – заключна вербальна частина в рекламі. Поряд із заголовком вона є найважливішим елементом рекламного повідомлення. Фраза-відлуння розташовується в кінці оголошення і повторює основну ідею рекламного слогану або заголовка. Як правило, фраза-відлуння служить для того, щоб повтори-

ти основну думку реклами або надати їй закінченого вигляду. Таким чином, в цілому рекламне повідомлення являє собою найважливіший елемент рекламної комунікації, від якості якого залежить результат рекламного впливу. Одне з основних вимог, висунутих у процесі створення рекламного повідомлення, – дотримання правила єдності і цілісності всіх його структурних і композиційних елементів [2: 238 - 271].

Було проаналізовано англomовну рекламу косметичних засобів та досліджено, що для англійських рекламних повідомлень характерні такі лексичні засоби: позитивно забарвлена лексика, іншомовна лексика, okazіоналізми.

У більшості випадків завданням автора є створення позитивного образу світу. Потенційний покупець – оптиміст, цілеспрямована, енергійна людина, що прагне до щастя, радості і позитивним емоціям. У текстах реклам практично відсутня лексика з негативним забарвленням. Найчастіше вживаються слова: *good, better, free, great, sure, new*. Переважають позитивні і порівняльні ступені прикметників.

Для створення особливого колориту і стилю в рекламних слоганах використовуються іншомовні слова. Іноді це робиться з метою підкреслити, що продукт виготовлений за кордоном.

Okazіоналізм, нове, авторське слово в рекламі служить засобом залучення уваги. Оригінальний okazіоналізм, заснований на грі слів, співзвуччі з торговою маркою, і т. д. може швидко перерости свою вузьку «рекламну» роль і стати вживаним в більш широкій мовній сфері [3].

Як показують дослідження рекламних текстів основну позицію середстилістичних засобів займають прості речення з однієї граматичної основою. Рідше зустрічаються рекламні повідомлення з однорідними членами, які передають конкретно-чуттєве зображення дійсності. Так само рідко зустрічаються питальні речення, що містять риторичне питання.

У тексті реклами зустрічаються такі стилістичні засоби як повторення (*repetition*), анафора – повторення початкових частин (звуків, слів, синтаксичних чи ритмічних повторень) суміжних відрізків мовлення та епіфора – стилістична фігура протилежна анафорі, повторення кінцевих частин [4: 144 – 190].

В статті було проаналізовано поняття, структуру рекламного тексту та досліджено особливості використання стилістичних та лексичних засобів у рекламних повідомленнях. Було виявлено, що для рекламних повідомлень характерні використання позитивно забарв-



леної лексики, іншомовних слів та оказіоналізмів. Щодо стилістичних особливостей рекламних повідомлень, то переважно використовуються такі засоби: прості речення з однією граматичною основою, питальні речення, що містять риторичне питання, анафора, епіфора.

**Список літератури:**

1. Андреева Н. П. Язык рекламы как одно из средств коммуникации / Н. П. Андреева – Омск: ОмГТУ, 1999. – 106 с.
2. Аренс У. Ф. Современная реклама / У. Ф. Аренс, К. Л. Бове; [пер. с англ.]. – М., 1995. – 384 с.
3. Пирогова Ю. К. Скрытые и явные сравнения / Ю. К. Пирогова // Реклама и жизнь. – 1998. – № 1. – С. 7–9.
4. Христо Кафтанджиев Тексты печатной рекламы / Христо Кафтанджиев. – М., 1995. – 211 с.

**Ostapova T. O.,**  
*Chernivtsi National University*

## ETYMOLOGICAL SURVEY OF THE THEMATIC WORD GROUP “HOUSE”

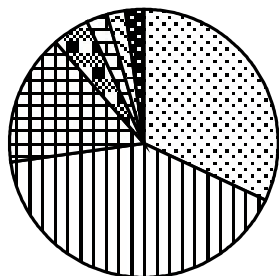
The constant interaction of the English language with other languages has caused the vocabulary of the language to be inhomogeneous from the point of view of its etymology. This problem was investigated by different linguists, namely: Verba L.G., Albert C. Baugh and Tomas Cable, Seth Lerer, April McMahon, Jeremy J. Smith, Arnold I.V., Ginzburg R.S., Artrushina G.B., Levytskyi V.V.

*The topicality* of our investigation lies in the fact that origin of language is an unsolved problem, despite centuries of interest in the topic. The investigation of the origin of the thematic group of words “house” allows us to discover the sources of every day English language that is now in use.

We have chosen the thematic group “house” as the words related to it are numerous and it is considered as one of the oldest as ancient people began naming the place they lived respectively long ago. Hence, we can trace the etymology of related words beginning from the earliest periods. We have analyzed 44 lexical units (reception, lounge, salon, passage, lobby, hall, dormitory, drawing room, ante-chamber etc.) using three etymological dictionaries: Concise Etymological Dictionary of the Modern English, Online Etymology Dictionary (URL: <http://www.etymonline.com>) and Concise Etymological Dictionary of the English Language.

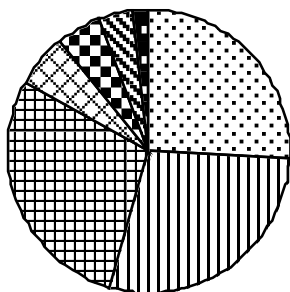
The general structure of the modern English vocabulary can be presented by the following diagram. It shows that the etymological composition of the English language is not homogenous.

*Diagram A*  
*The general structure of the modern thematic*  
*English vocabulary*



Native	31,82%	(14)
French	40,90%	(18)
Latin	15,90%	(7)
Dutch	4,54%	(2)
Scandinavian	2,27%	(1)
Low German	2,27%	(1)
Unknown origin	2,27%	(1)

*Diagram B*  
*The etymological composition of the group “house”*



Native	26%
French	29%
Latin	29%
Greek	6%
Other language	5%
Derived from proper names	4%
Unknown origin	2%

It is obvious that the etymological composition of the thematic group “house” is not homogeneous. The main difference is that in the thematic group of word “house” the words of French and native origin are greater in number comparing with the etymological composition of English language in general. The most numerous are words of French origin. For example the word passage (Fr., 13<sup>th</sup> c.), the entrance of the word coincides with the end of Norman Invasion that influenced English society even in the house-building, therefore we now have many words of French origin in this field. However, the number of native ones is quite high (home, house OE). This can be explained by the fact that the notion of house and home was nearly primary in the life of English people. Many words or more often parts of words (as in stateroom) are borrowed from Latin in X-XVI century A.D. It can be explained by the fact that Frenchmen used

a great deal of Latin. The English language borrowed Latinisms in their original Latin meaning via French during the Norman Invasion.

Borrowings are an integral part in the process of development of the language. The above mentioned reasons for this process are mainly extralinguistic that include invasions and domination of invaders in various fields of society's life, house-building and dwelling being our case.

#### **REFERENCES:**

1. Walter W. Skeat. Principals of Etymology. / Walter W. Skeat. – Oxford: the Clarendon Press. – [Electronic Resource]: [site] / Internet archive. Universal Access to all Knowledge. – Mode of access : URL: <http://www.archive.org/stream/principlesofengl01skeauoft#page/n1/mode/2up>. – Date of access – 23.10.09.

2. Baugh. Albert C. A History of the English language / Albert C. Baugh., Thomas Cable. – London: Taylor & Francis e-Library, 2005. – 448 p.

*Pavlovska M. A.,  
Kamyanets Podilskiy Ivan Ohienko National University*

## JEEVES AS THE CARRIER OF THE NATIONAL ANGLO-SAXON CULTURE (ON THE BASIS OF P. G. WODEHOUSE'S WORKS)

Wodehouse's characters – *Bertie Wooster*, a young bachelor, representative of the “Golden Youth” (“People of gold hearts and feeble Intelligence”), and *Jeeves*, his effortlessly superior manservant, deep philosopher and polymath, and an absolute genius in the field of finding the way out from a totally hopeless situation his boss gets in.

Jeeves is a collective image of a real English manservant: he takes care of Bertie and is always ready to help him but in his own way – with showing his manners, equanimity and superiority not to offend his master – just this is his natural behavior and gift of being a real nobleman in his essence – as it is traditional for the English. Bertie's valet became indispensable in everything.

*“...Lots of people think I'm much too dependent on him... The man's a genius. From the collar upward he stands alone” (“Jeeves Takes Charge”)* [2].

*“...Jeeves-my man, you know-is really a most extraordinary chap. So capable. Honestly, I shouldn't know what to do without him... But it isn't only that Jeeves's judgment about clothes is infallible, though, of course, that's really the main thing. The man knows everything” (“My Man Jeeves”)* [2].

Jeeves's language is full of metaphors: *“The oil seems to have gone off the boil”* (“Jeeves in the Offing”) [2] and unusual constructions showing his knowledge and erudition and also his being at least interested in his master's doing well:

*“Am I to infer sir that you might be offering yourself for election?”*

*“I'm sure that your cool head and undoubted thespian powers will see you through the day, Sir.”*

*“I beg your pardon, sir?”* said Jeeves, coldly (“Jeeves and the Chump Cyril”) [2].

He likes to cite: *“We are in autumn – season of mists and mellow fruitfulness”* (from “To autumn” by John Keats, “The code of Woosters”) [2].

As a real Englishman he knows much from Shakespeare’s masterpieces:

*“And thus the native hue of resolution is sicklied o’er with the pale cast of thought, and enterprises of great pith and moment with this regard their currents turn awry, and lose the name of action”* (“The Code of the Woosters”) [2].

Jeeves can easily sustain any conversation being au fait with works by Spinoza, Dostoyevsky and Nietzsche.: *“My personal tastes lie more in the direction of Dostoyevsky and the great Russians.”* (“Jeeves and the Feudal Spirit”) [2].

He uses higher style even in giving advice or speaking about his displeasure about something: *“Precisely, sir,” said Jeeves. “If I might make the suggestion, sir, I should not continue to wear your present tie. The green shade gives you a slightly bilious air. I should strongly advocate the blue with the red domino pattern instead, sir”* (“My Man Jeeves”) [2].

To conclude everything, we may assure that Jeeves being a true *“help-mate-in-chief”* makes things right, and the pieces on the chessboard are returned to their starting positions. Jeeves will never, permanently, leave his master. He will always be a perfect servant who has much more to do with nobility than his master does but at the same moment absolutely devoted and honest to Bertie. Even Jeeves’ language proves that.

### Список літератури:

1. Матеріали сайту Російської спільноти Вудхауза. – Режим доступу: <http://wodehouse.ru/>
2. Free online library. – Режим доступу: <http://wodehouse.thefreelibrary.com/>
3. Sam Leith. Dash it, Jeeves! Why are we so funny?// The Daily Telegraph. – 2007. – 12 April. – Режим доступу: <http://wodehouse.ru/dt120407.htm>]
4. The Columbia Electronic Encyclopedia. – Режим доступу: [http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/Wodehouse%2c+Sir+P+G A](http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/Wodehouse%2c+Sir+P+G+A)

*Пампурак Анжела Миколаївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ДО ПИТАННЯ ПРО СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО АНГЛОМОВНОГО КОРПУСУ ЕСЕ СТУДЕНТІВ (ICLE)**

Використання комп'ютерів стало звичним і невід'ємним явищем у всіх сферах знань і діяльності у наш час. Глобальна інформатизація життя суспільства призвела до нового розуміння ролі, яку відіграє лінгвістичне забезпечення баз даних і баз знань, як основ різноманітних систем штучного інтелекту та експертних систем, які обслуговують комунікацію між людиною і комп'ютером. Зокрема комп'ютеризація лексикографічної діяльності дала поштовх до стрімкого розвитку корпусної лінгвістики, науки предметом дослідження якої є процес створення, обробки та використання корпусів. Доцільність створення корпусів текстів часто недооцінюється і піддається жорсткій критиці, тому висвітлення їх переваг та опис основних етапів роботи над створенням корпусу забезпечують актуальність статті.

Корпус – це не просто електронна бібліотека, зібрання текстів чи словників певної мови, це інформаційна система, що надає можливість детального вивчення й аналізу спеціально відібраних та підготовлених текстів, які входять до складу корпусу. Для полегшення аналізу текстів їх необхідно опрацювати та закодувати, тобто внести додаткову інформацію (яку називають анотацією або розміткою) у вигляді відповідних позначок. Отже, зібрання текстів або їх фрагментів в електронному вигляді, що супроводжується розміткою, називається корпусом.

Створення та використання корпусів надає такі переваги і можливості:

- забезпечує накопичення, надійне зберігання та можливість багаторазового опрацювання зібраних матеріалів різних мов для проведення лінгвістичних досліджень та порівняльних аналізів;
- дозволяє розширити та автоматизувати аналіз мовного матеріалу, на якому ґрунтується кожне лінгвістичне дослідження;
- надає можливість проведення швидкого та якісного аналізу великого об'єму текстів, що підвищує достовірність висновків дослідження;
- забезпечує можливість формування списків активної лексики студентів, частотності вживання слів тощо, що дозволяє вирішити низку окремих завдань вивчення та викладання мов;

■ є одним з важливих компонентів, що застосовуються для розробки систем автоматичного аналізу тексту, забезпечення роботи інформаційно-пошукових систем та здійснення машинного перекладу.

На базі лексикографічної лабораторії *LAXILAB* НУ «Острозька академія» відбувається робота над створенням української частини міжнародного навчального англомовного корпусу есе студентів, відомого під назвою *International Corpus of Learner English (ICLE)*. Створення корпусу організоване *The Louvain Centre for English Corpus Linguistics* і по завершенню проекту він матиме вигляд 19 підкорпусів різних мов, кожен з яких складатиметься з 200,000 слів.

Першим кроком до створення підкорпусу є збір необхідної інформації, тобто есе студентів, що мають рівень володіння англійською мовою «*advanced*». За вимогами проекту кожен студент може надати лише одне есе обсягом від 500 слів. Есе можуть бути двох типів: *argumentative essay writing* (есе, що виконуються протягом тривалого періоду з використанням допоміжних засобів) та *literature examination papers* (есе, що виконуються як письмове завдання на парі). Жодне з відібраних есе не повине містити інформацію переписану з інших джерел.

Другим етапом роботи є перетворення звичайного зібрання електронних текстів у корпус, що здійснюється шляхом їх кодування з використанням відповідної розмітки. Для створення повної бази даних необхідні не лише есе, але й певна інформація про автора, умови та вимоги до їх написання, тому кожен з учасників проекту заповнює розроблену анкету. Запитання анкети спрямовані на отримання інформації, яка в майбутньому надасть дослідникам можливість здійснення різноманітних лінгвістичних та соціолінгвістичних досліджень. Наприклад, аналізу есе студентів, що володіють англійською мовою на рівні «*advanced*», порівняння есе написаних учасниками чоловічої та жіночої статі або порівняння окремих підкорпусів.

Участь у проекті та створення українського підкорпусу відкриє доступ до решти навчальних корпусів, що надасть багато можливостей для розробки нових засобів навчання англійської мови, участі в національних та міжнародних дослідженнях.

### Список літератури:

1. Демська-Кульчицька О. М. Основи національного корпусу української мови [Текст]. — К.: Ін-т укр. мови, 2005. — 219 с.
2. Черницький В.Б. Комп'ютерна лексикографія: Навчальний посібник [Текст]. — М.: НУК, 2004. — 84 с.
3. The Louvain Centre for English Corpus Linguistics [Електронний ресурс] // <http://www.uclouvain.be>



*Панчина Катерина Василівна,  
Національний університет „Острозька академія”*

## **МОВНА ГРА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМУНІКАТИВНОГО ТА ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДІВ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ**

Сучасні інтеграційні процеси, входження України в Європейський освітній простір, міжнародний обмін інформацією у різних галузях знань значною мірою впливають на підвищення статусу іноземної мови як важливого засобу комунікації та навчального предмета, що вимагає реформування мовної освіти на різних її ланках. Важливим результатом упровадження змін в системі мовної підготовки на сучасному етапі стало перенесення терміну навчання іноземної мови з підліткового на ранній (старший дошкільний і молодший шкільний) вік як сензитивний до оволодіння іншомовним спілкуванням. Цей аспект теоретично обґрунтований Ш.О. Амонашвілі, Н.Д. Гальською, А.Ф. Гергель, О.Й. Негневицькою, В.М. Плахотником, Т.К. Полонською, Є.Ю. Протасовою, С.В. Роман, А.М. Шахнарвичем, Т.М. Шкваріною та іншими. Проблеми особистісно-орієнтованого підходу в навчанні присвячено ряд психолого-педагогічних праць, у яких висвітлено окремі її аспекти: визначення психолого-педагогічних вимог до реалізації особистісного підходу в навчанні (К.О. Абульханова-Славська, В.В. Давидов, О.М. Пехота, Л.М. Проколієнко та ін.); розробка форм особистісно-орієнтованого підходу до навчання (В.І. Андреев, О.В. Барабанщиков, Л.М. Деркач, І.О. Зимня, О.Я. Савченко, М.Ф. Феденко та ін.); забезпечення умов особистісно орієнтованого навчання та виховання (В.В. Рибалка, В.В. Суриков, І.С. Якиманська та ін.).

Проте у педагогіці й психології залишаються недостатньо дослідженими проблеми комплексного підходу до розробки змісту особистісно-орієнтованого навчання іноземної мови в шкільних закладах; визначення умов для реалізації творчого потенціалу особистості, формування і розвитку пізнавальних інтересів дітей, культивування специфічних для учнів видів діяльності та форм активності у процесі навчання.

**Об’єкт** дослідження — процес особистісно-орієнтованого навчання іноземної мови.

**Предмет** дослідження — зміст, форми та методи оволодіння іноземним мовленням учнями.

**Мета** дослідження: теоретично обґрунтувати, розробити та експериментально перевірити ефективність особистісно-орієнтованої методики розвитку мовленнєвої діяльності учнів англійською мовою навчальному закладі.

Організуючи навчання усному мовленню, слід потурбуватися, щоб для учнів воно було вмотивоване. Для досягнення комунікативної мети необхідні засоби у вигляді слів, словосполучень, граматичних конструкцій, які допоможуть її реалізувати. Важливим компонентом змісту мовленнєвої діяльності є умови, в яких вона протікає. Навчальна ситуація повинна викликати в учнів певні емоції. А це можливо лише тоді, коли ситуація цілком зрозуміла дітям і вчитель пропонує її цікаво, захоплено. Навчальна ситуація повинна зацікавлювати учнів, викликати у них бажання брати участь у спілкуванні, готовність брати в ньому участь. Важливе місце серед різноманітних ситуацій займають ігрові. Як і у будь-якій колективній грі, при її проведенні дуже важливими є взаємовідносини між учнями та учителем, у класі взагалі. Велике значення має присутність на уроці духу змагання, який виникає при сприйманні і відтворенні іншомовного висловлювання: хто швидше зрозуміє, правильно відповість на запитання. У системі навчання іноземної мови ситуативний підхід є одним з найважливіших. Його використання дозволяє викликати в учнів інтерес до спілкування і навчання іноземної мови в цілому.

### **Список літератури:**

1. Богомазова В.Н. Формування навичок мовленнєвої компетенції // Німецька мова в школі. – 2010. – №3. – с. 5 – 9
2. Врублевська Л.В. Методичні розробки «Ігри на уроках англійської мови» // Англійська мова і література. – 2009. – №19-21. – с. 63 – 64
3. Гис В.Й. Методика проведення гри як засобу активної пізнавальної діяльності // Англійська мова і література. – 2010. – №6. – с. 7 – 10
4. Колісник В.П. Підвищення ефективності навчання за допомогою гри // Англійська мова і література. – 2010. – №3. – с. 2 – 6

*Пастушок Є. О.,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **КУЛЬТУРНІ КОДИ В АМЕРИКАНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ (ЗА ТВОРАМИ ДЖ. АПДАЙКА, Х.-Л. БОРХЕСА ТА П. КОЕЛЬО)**

Культурні коди пронизують людське буття. Все що навколо нас зодягнене у символи та знаки: події та хронологія життя людини глибоко ритуалізовані та сплетені з обрядовістю та звичаями. Не є виключенням і літературна комунікація, яка докорінно та архетипно наповнена культурними кодами. Відомі семіотики Ю. Лотман, О. П'ятигорський взагалі дозволяють умовно розглядати літературну комунікацію гіпер(мега) – кодом [2: 78].

Тема статті розкриває особливості використання авторами культурних кодів у літературній творчості, зокрема в площині «магічного реалізму». Актуальність теми дослідження є універсальною для культури, теорії літератури та філології, оскільки дозволяє глибинно проникнути у смислові концепти культурних кодів у літературі, а отже більш повно розкрити сутність та особливості механізму творення автором тексту, як комунікативного повідомлення. Об'єктом аналізу вибрано американську літературну комунікацію, на прикладі творів Дж. Апдайка, Х. Борхеса та П. Коельо. Предмет статті – розгляд особливостей культурних кодів у творчості зазначених письменників. Мета дослідження: розкрити сутність та специфіку використання культурного коду в американській літературі, зокрема у творах Дж. Апдайка, Х. Борхеса та П. Коельо. Методи дослідження – аналіз та синтез, герменевтичні: (інтерпретації та розуміння); методи опису та класифікації; метод комперативного аналізу.

Основною методологічною базою даної статті є праці Р.Барта “Вибрані роботи: семіотика, поетика”, Ю. Лотмана «Семіосфера», М. Бахтіна: «Питання літератури і естетики».

Отже, «магічний реалізм» – напрям, у якому органічно поєднуються елементи дійсного та уявного, реального і фантастичного, побутового та міфологічного, ймовірного і таємничого, повсякденного буття і вічності [4: 135]. Митець, осмислюючи різноманітні явища

(реальні, культурні, свідомі) прагне до універсальності своїх образів і створення загальної моделі буття.

Будь-яка культура є сукупністю культурних кодів, яка є перетвореною у певну знакову систему інформацією. На мові культури код - це те, що дозволяє зрозуміти перетворення значення у смисл. Код дозволяє проникнути на смисловий рівень культури, без знання коду культурний текст виявиться закритим, незрозумілим, несприйнятним. Людина завжди бачитиме систему знаків, а не систему значень і смислів [3:125].

Дж.Апдайк, американський постмодерніст та Х. Л. Борхес, аргентинський поет і письменник прагнуть осмислити у своїх творах конфлікт двох типів свідомостей «магічної, пластичної і простої у сприйнятті речей» латинської та «зосередженої, консервативної» західної свідомості. Культурні коди які використовує Дж. Апдайк у романі «Бразилія» максимально оголені та наближені до натуралізму, у новелі Х. Борхеса «Євангеліє від марка» вони постають на межі двох світів:язичницького та місіонерського західного, через них письменник реалізує проблему релігійної самоідентичності. Оскільки П. Коельо є представником масової культури, то у його романі культурний код зводиться лише до площини «знака», оскільки зостанній є моновекторним а символ навпаки. Символ передбачає множинність інтерпретацій, оскільки він є полі концептуальним, дефініція знака ж є конкретизованою і визначається самим письменником.

### **Список літератури:**

1. Барт Р. Избранные работы:Семиотика. Поетика[текст] / Р.Барт. – М., 1994. – 320 с.
2. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию[текст] /У.Эко.-М.:1998. – 225 с.
3. Лотман Ю.Семиосфера[текст]/Ю.Лотман.-М.:2001. – 478 с.
4. Фуэнтес К. Новый латиноамериканский роман // Писатели Латинской Америки о литературе[текст] /К.Фуэнтес. – М.:1982. – 345 с.

*Петрук В. В.,  
Національний університет „Острозька академія”*

## ВИКОРИСТАННЯ МЕДІА ТЕХНОЛОГІЙ В КОМУНІКАТИВНІЙ МЕТОДИЦІ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Процес інформаційного і комп'ютерного розвитку суспільства, що постійно прискорюється, пред'являє додаткові вимоги до підготовки філологів, задовольнити які традиційними педагогічними засобами вже не можна. З іншого боку, саме інформаційно-комп'ютерний розвиток забезпечує необхідні для вдосконалення системи утворення можливості вживання інформаційних технологій, що додають учбовому процесу новий якісний рівень. Ці досягнення необхідно постійно освоювати.

**Мета** нашої роботи полягає у дослідженні використання мультимедійних технологій в комунікативній методиці вивчення англійської мови.

**Об'єктом** дослідження є процес підготовки студента філолога у вищому навчальному закладі, а предметом – використання медіа технологій в комунікативній методиці вивчення англійської мови.

Різні дидактичні аспекти проблеми використання медіа технологій при вивченні іноземних мов розроблялися Б. С. Гершунським, А. П. Йоржистим, А. А. Кузнецовим, В. О. Логвіновим, В. С. Ледневим, Б. М. Тягловим, В. Я. Ляудіс, Е. І. Машбіц, В. М. Монаховим, Ю. О. Овакімяном, Ю. А. Первіним, В. Г. Разумовським, В. В. Рубцевим, А. Я. Савельєвим, Н. Ф. Тализіной, О. К. Тихомировом і іншими дослідниками.

На сучасному етапі, коли в багатьох країнах комп'ютери широко входять у всі сфери людської діяльності, дуже актуальним є питання про використання комп'ютера як важливого компоненту для розвитку педагогічних умінь, зокрема комунікативних. Таким чином, комп'ютерні технології є складовою частиною сучасного педагогічного процесу та повинні входити безпосередньо в технологію навчання і формувати відповідні уміння і навички у студентів.

Комунікативна компетенція студентів включає лінгвістичний, соціокультурний і прагматичний компоненти [4]. Особливе значення сьогодні набуває вміння співвідносити мовні засоби з конкретними сферами, ситуаціями, умовами і завданнями спілкування; мовний матеріал розглядається як засіб реалізації мовного спілкування; при відборі мовного матеріалу здійснюється функціонально-комунікативний підхід.

Наше дослідження передбачає детальне вивчення процесу навчання студентів-філологів англійській мові з використанням мультимедіа, що забезпечує розвиток комунікативних умінь майбутніх фахівців, формування навиків і умінь професійної комунікації.

Принциповим питанням в створенні і практичному вживанні мультимедіа-ресурсів у системі освіти є спрямованість методики навчання на формування позитивної мотивації заснованої на інтересі і потребах студентів. Тільки у разі високої мотивації студентів до використання мультимедіа-ресурсів можливе результативне навчання завдяки цілеспрямованому використанню освітнього потенціалу таких ресурсів. Дослідження підтверджують, що використання мультимедіа-ресурсів у навчанні стимулює мотивацію студентів.

Можливо, найбільш важливим завданням, що стоїть перед викладачем мови, є знаходження оптимальних способів вести студентів до поступово зростаючої самостійності [1: 38-40].

Слід зазначити, що засоби мультимедіа не панацея і, як і всякий навчально-методичний інструментарій, вони не можуть з рівним успіхом бути ефективними одночасно для всіх студентів.

Використання мультимедіа - ресурсів сприяє розвитку студентського прагнення випробувати все нові і нові рішення, за умови, що викладач забезпечує належну підтримку. Існує достатньо багато природних мотиваційних аспектів при роботі з мультимедіа - ресурсами. Практично у кожного студента виникає бажання мати свій власний мультимедійний сайт в мережі Інтернет. Крім того, студенти з задоволенням використовують електронну пошту і чат. Такі сервіси Інтернету забезпечують студентів особливими способами комунікативного спілкування, дають можливість знайти нових друзів, самовиразитися, заявити про себе, використовуючи для цих цілей елементи мультимедіа - технології.

### **Список літератури:**

1. Грецька О.О. Використання електронних технологій у навчанні іноземних мов // Іноземні мови. – 2002. – №2. – С. 38-40.

2. Нісімчук А.С., Падалка О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Просвіта»; Пошуково-видавниче агентство «Книга пам'яті», 2000. – 368 с.5.

3. Федоренко Ю.П. Формування у старшокласників комунікативної компетенції в процесі вивчення іноземної мови. Автореф. дис. канд. пед. Наук. – Луцьк, 2005. – 20 с.

4. Скалій Л.І. Використання інформаційних технологій у формуванні професійної компетенції майбутнього вчителя іноземних мов // Іноземні мови. – 2003. – №4. – С. 5-9.

**Полякова Ніна Олександрівна,**

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕТНОКОНЦЕПТІВ У СКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ПАРЕМІЙ З НАЗВАМИ ЇЖІ

**Метою** нашого дослідження є аналіз вербалізації (надання словесної форми) етнічних концептів, які є різновидом «інформаційних структур свідомості, певним чином організованих одиниць пам'яті, що містять сукупність знань про об'єкт пізнання» [2: 257]. Ми аналізуємо українські етноконцепти (ДОБРОТА, ГУМОР, ДОСТАТОК, БІДНІСТЬ тощо) в руслі когнітивної лінгвістики – напряму мовознавства, у якому мова розглядається як засіб отримання, зберігання, обробки, переробки й використання знань, спрямованого на дослідження способів концептуалізації й категоризації певною мовою внутрішнього рефлексивного досвіду [2: 214].

Матеріалом для аналізу стали паремії (приказки і прислів'я) про один із харчових символів України – етноконцепт БОРЩ, пов'язаний з іншими етнічними концептами цілою мережею смислів і значень. Вибірку створено на основі збірки Н. Міщенко, М. Міщенка «Слово батьків з усіх часів» [1], яку автори уклали протягом багатьох років під час поїздок селами України.

Паремії як і фразеологізми, «є специфічними мовними формулами, картинами світу із закодованою інформацією про минуле, наших предків, їхній спосіб сприйняття світу та оцінку всього суцього; вони акумулюють культурні потенції народу, тільки йому притаманним способом маніфестують дух і ментальності нації» [3: 8].

Для детального розгляду ми створили рубрикатор етноконцептів у складі паремій (див. табл. 1). При цьому слід зауважити, що через значний обсяг прикладів, який не можна навести у невеликому за обсягом науковому дослідженні, ми зосереджуємо увагу лише на найяскравіших приказках та прислів'ях, що вербалізують певні концепти, однак у дужках зазначаємо загальну кількість аналізованих одиниць.



Таблиця 1  
Етноконцепти у складі українських паремій

Концептуальне значення	Приклади паремій
улюблена страва	<i>Пустяки – вареники з маслом, мій світ – то є борщ. Борщ – усьому голова. (8)</i>
цінність	<i>Борщ та каша – мати наша. Як є борщ і капуста, то вдома не пусто. (6)</i>
складні життєві ситуації	<i>Добрий борщик, та поганий горщик. Траплялося на віку варити борщ і в глеку. (8)</i>
гумор	<i>Гулять, так гулять: бий, жінко, ціле яйце в борщ. Борщ такий, що за туманом і дітей не видно. І нехай не кепкують, що борщ пісний: хоч голову помю. (10)</i>
жадібність	<i>По самісінькі боки набрався борщу. (1)</i>
достаток	<i>Борщ, капуста – хата не пуста. Борщ та каша – мати наша. (2).</i>
побажання, настанови	<i>Кукурудзу посієш до дощу – матимеш сало до борщу. Гостеві борщу не жалій, бо він ще й меду попросить. (8)</i>
бідність	<i>Вимила ложки - та й присмачила борщ. Свищі в борщі. (2)</i>
повчання, поради	<i>Без добавки і борщ не смачний. Нехай іде дощ: наловимо риби – буде борщ. Не та господарка, що базікає, а та, що борщ варить. (11)</i>
життєва філософія	<i>З ним борщу не зварии. Їж борщ з грибами, держи язик за зубами. Індик думав та й у борщ попав. (10)</i>

Отже, розглянутий матеріал переконує в тому, що наші попередні покоління витворили незліченну кількість влучних, відточених, відшліфованих, як самоцвіти, висловів, що мають ознаки летючості, спадкоємності, мудрості й нев'янучої краси, а вербалізація етноконцептів у складі українських паремій з назвами їжі дає можливість відбити як найтонші людські почуття, так і передати вміння українців приготувати смачну та корисну їжу. Статистичний аналіз показує, що на першому місці за кількісними характеристиками перебувають такі етнічні концепти, як повчання, поради, життєва філософія та гумор, що характеризують українську вдачу.

#### **Список літератури:**

1. Міщенко Н., Міщенко М. Слово батьків з усіх віків К.: Богдана, 1998. – 1136 с.
2. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с.
3. Ужченко, В.Д., Ужченко, Д.В. Фразеологія сучасної української мови: Навчальний посібник. К.: Знання, 2007. – 494 с.

*Пошук Катерина Сергіївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ВИСВІТЛЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ПИТАНЬ З ТОЧКИ ЗОРУ ЛІНГВІСТИКИ

Протягом останніх років все частіше з'являються публікації, що висвітлюють гендерну проблематику. У зв'язку з цим додаткового наукового дослідження потребує проблема специфіки обирання мовних засобів для висловлювання чоловіками та жінками, адже на сьогодні в науковій літературі трапляються припущення, що чоловіки та жінки послуговуються різними мовними засобами у подібних комунікативних ситуаціях.

**Актуальність наукового дослідження** в руслі гендерної лінгвістики визначається загальним спрямуванням цієї галузі мовознавства на встановлення особливостей мовної й мовленнєвої поведінки людини взагалі, та її гендерних особливостей. Вивчення таких розбіжностей у особистісному мовленні є актуальним, оскільки дозволяє простежити, як мовна характеристика людей різної статі відображає комунікативні стереотипи, що вже існують.

**Об'єктом дослідження** є статті американського часопису «US News & World Reports», що відтворюють ситуації формального міжгендерного спілкування.

**Предметом** аналізу є лексичні й стилістичні мовні особливості авторів-чоловіків і авторів-жінок, типові для гендерної комунікативної поведінки.

**Метою** статті є аналіз лексико-стилістичних мовних особливостей авторів-чоловіків і авторів-жінок та вивчення мовної поведінки статей.

Гендерний аналіз був започаткований у 70-х роках ХХ століття у британській (М. Адлер, Р. Макаулей, С. Ромейн) та американській лінгвістиці (Д. Камерон, Р. Лакофф). Протягом останнього десятиріччя гендерна проблема активно досліджується й у вітчизняному мовознавстві (О.Л. Бессонова, О.Л. Козачишина, А.П. Мартинюк, К.В. Піщікова, О.М. Холод та ін.). Більшість мовознавців вивчають лише певні аспекти гендерних особливостей: переважно фонетичні

(В. Лабов, Р. Макаулей, Р. Шай) та граматичні (В. Вольфрам, Р. Фасольд, Дж. Холмс), а також відмінності в реальному спілкуванні (Д. Камерон, Дж. Коутс, П. Ніколс, П. Фішман).

Сучасна лінгвістика виходить з положення про те, що *гендер* – це причина того, що чоловіки та жінки по-різному використовують мову («я говорю таким чином, тому що я жінка/чоловік»). На сучасному етапі гендерних досліджень питання ставиться по-іншому: чоловіки та жінки використовують мову таким чином, і не інакше, для того, щоб бути адекватно сприйнятим(-ою) представниками протилежної статі.

У ході проведених досліджень, зокрема, встановлюється, що жіноча мова – у порівнянні з чоловічою – є менш категоричною і рясніє формами ввічливості, які менш характерні або невластиві взагалі чоловічій комунікативній поведінці. Якщо ж говорити про мову чоловіків та жінок на структурному рівні, то слід зауважити наступне:

- Речення чоловіків за своєю довжиною в середньому коротші жіночих.

- При аналізі синтаксичної структури текстів лінгвістами було виявлено, що чоловіки частіше використовують підрядний, а не сурядний зв'язок.

- Чоловіки частіше вживають складні синтаксичні конструкції.

- У чоловіків рідше зустрічаються окличні і питальні речення, рідше використовуються неповні речення й еліптичні конструкції.

- Зворотний порядок слів менш властивий чоловічій письмовій мові.

Наведені факти говорять про те, що між чоловічою і жіночою мовою, як письмовою, так і усною, існують певні розбіжності, що дозволяють говорити про цілу систему факторів, що впливають на ці відмінності чи зумовлюють їх.

### **Список літератури:**

1. Кириліна А.В. Гендер: лінгвістичні аспекти –<http://www.feminist.org.ua/library/gender/lingvistic.php>

2. Основы гендерных исследований. Хрестоматия / Отв. ред. О. Воронина. – М.: МЦГИ-МВШСЭН, 2000. – 395 с.

3. Coates J. Language and Gender: A Reader. - Oxford: Blackwell Publishers, 1999. – 513 p.

4. Jespersen O. The Woman in Cameron. The Feminist Critique of Language. Second edition. – London: Routledge, 1990. – pp. 225–241.

5. Lakoff R. Language and Woman's Place. – Oxford University Press, 2004. – 320p.

*Пшенична Ольга Юрївна,  
Національний університет “Острозька академія”*

## ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПИСЬМОВИХ ТЕКСТІВ

Багатоманітність функцій мови в суспільстві і тісний характер її взаємодії з мисленням та психічною діяльністю людини спричиняє дуже гнучку взаємодію мовознавства з відповідними соціальними та психологічними науками. Особливо тісні зв'язки мовознавства з психологією, що вже в XIX ст. викликало проникнення психологічних методів та ідей в мовознавство. Так виник психологічний напрям в науці про мову. В 50-х роках XX ст. утворилась нова гранична з мовознавством наука – психолінгвістика.

В основу психолінгвістики лягло осмислення мовленнєвої діяльності з точки зору індивідуальних психологічних характеристик учасників комунікативних процесів. Психолінгвістика розглядає явища кодування та декодування інформації з точки зору внутрішніх чинників окремих індивідуумів та надає особливого значення інтелектуально-психологічному стану свідомості конкретних учасників мовленнєвих процесів.

Розуміння та утворення мовних повідомлень є настільки автоматичним, що може здатися надзвичайно простим процесом. Звуки та літери безпосередньо вражають органи чуття утворюючи слова, що об'єднуються у фрази, звороти та речення. Таким чином, сприйняття мовної інформації здається нічим іншим, як розпізнаванням послідовності лінгвістичних символів, однак у дуже швидкому темпі. Що ззовні здається лінгвістично очевидним, виявляється надзвичайно складним з точки зору психолінгвістики.

Активна орієнтація психолінгвістики на врахування людського фактору дає можливість вивчити закономірності мовленнєво-мисленнєвої діяльності людини, які дозволяють породжувати тексти для вираження в них певного змісту. Текст у такому випадку слід розглядати, за твердженням російського психолінгвіста Л.В. Сахарного (6), як з'єднувальну ланку в комунікації мовця та слухача. Психолінгвістика, спираючись на результати досліджень у лінгвістиці тексту, звертає особливу увагу на такі характеристики тексту, як його

цільність, наявність у ньому смислових пропусків, емотивність, прецедентність (наявність у тексті відсилок до інших текстів). Важливо зазначити, що ці характеристики відсутні у слова, словосполучення чи фрази, тому їх можна вважати власне психолінгвістичними.

Письмове монологічне мовлення – це мовлення без співрозмовника, його мотив і задум повністю визначаються суб’єктом. Якщо мотивом письмового мовлення є контакт, прохання чи вимога, то адресант повинен уявити того, до кого він звертається, передбачити його реакцію на своє повідомлення. Особливість письмового мовлення полягає саме в тому, що весь процес контролю над письмовим мовленням залишається в межах діяльності самого творця мовлення, без корекції з боку слухача. Але в тих випадках, коли письмове мовлення спрямоване на уточнення поняття, воно не має ні уявного, ні реального співрозмовника, людина пише тільки для того, щоб виразити думку, щоб вербалізувати свій задум, розвинути його без будь-якого, навіть уявного контакту з особою, якій адресується повідомлення.

Таким чином, психолінгвістичний підхід до аналізу тексту заслуговує особливої уваги, оскільки торкається проблем психологічної зумовленості утворення та сприйняття актів мовленнєвої діяльності, що надає вагомі ролі особливостям індивідуальної свідомості учасників комунікативного процесу. Саме такий аспект дослідження письмового тексту має вагомий вплив на дослідження явища мови як засобу передачі різноаспектної інформації та емоцій. Психолінгвістичний аналіз розкриває багатогранність мовної системи не лише як закономірної послідовності символів або звуків, наділеної конкретною семантикою, а як системи передачі прихованих значень, намірів, та емоційних станів учасників комунікативного процесу.

### **Список літератури:**

1. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. – М., 1969
2. Выготский Л. С. Мышление и речь. – М., 1996
3. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. – М., 1974
4. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики. – М., 1997
5. Белянин В. П. Психологическое литературоведение. Текст как отражение внутренних миров автора и читателя. – М.: Генезис, 2006. – 320с.
6. Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику. – Л., 1989
7. Зимняя И. А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке. – М., 1978
8. Ижинкин Н. И. Механизмы речи. – М.: Издательство академии педагогических наук, 1958
9. [http://www.voppsy.ru/journals\\_all/issues/1996/966/966041.htm](http://www.voppsy.ru/journals_all/issues/1996/966/966041.htm)//Лобок А. М. Диалог с Л. С. Выготским по поводу письменной речи

*Рогова Дарина Богданівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## СЛОВОСКЛАДАННЯ В УТВОРЕНІ АНГЛОМОВНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ

Під словоскладанням розуміють процес і правила утворення слів шляхом морфологічного поєднання двох або декількох основ, що збігаються з самостійно функціонуючими словами [2: 198]. Вивчення процесів словоскладання пов'язано з вирішенням проблем ідентифікації складного слова, розмежування складного слова і словосполучення, значення складного слова, відносини між його компонентами, класифікації складних слів, опису їхніх моделей.

Словоскладання відіграє важливу роль у створенні номінацій загальнолітературної лексики і «спеціальних мов», у тому числі фахової мови військової сфери. Воно є одним із продуктивних способів словотворення, який діє в англійській мові протягом багатьох століть і зберігає своє значення на початку XXI століття [1: 75].

Услід за В. М. Шевчуком під військовим терміном розуміємо «слово або словосполучення, що використовується для позначення певного спеціального поняття, яке відноситься до того, чи іншого розділу військової науки або до військової техніки» [4: 8].

Військові терміни поділяються на прості і складні. Прості складаються з одного слова (cabin, cadet, pallet, sabot). Складні складаються із двох слів та більше (negotiation ability, racking fire, valorous unit award).

Складні військові терміни відбивають, головним чином, зміни, які відбуваються у військовій науці і техніці, характерні для певних історичних періодів: Перша світова війна (розвивається і удосконалюється артилерія і авіація), Друга світова війна (продовжується розвиток авіації, закладаються початки ракетобудування), Корейська війна (створюються нові зразки авіаційної техніки, атомних боеголовок), В'єтнамська війна (впроваджуються гелікоптери), Холодна війна (розробляється атомна зброя, удосконалюються ракети та ракетоносії), війна з тероризмом (виникає високоточна зброя, основана на новітніх комп'ютерних і цифрових технологіях) [1: 45].

Словоскладання вважається головним способом словотворення у військовій сфері [3: 67]. Значною мірою цей факт зумовлено аналітичністю мови, лексико-семантичними умовами, тобто здатністю двох іменників поєднуватися в атрибутивні словосполучення з метою передачі певного семантичного завдання, а також дією принципу мовної економії при створенні військових номінацій, які характеризуються точністю значення лексичних одиниць. Відомо, що 57% військових термінів-неологізмів і 54% військових неологізмів-сленгізмів ХХ – початку ХХІ століття утворюються шляхом словоскладання [1: 19].

Отже, словоскладання відіграє важливу роль у розвитку військової термінології. Воно не лише вказує на прогрес, що постійно відбувається у військовій науці і техніці, але й допомагає у створенні нової лексики.

#### **Список літератури:**

1. Жлуктенко Ю. А., Татутян А. Б. Серийные аналогические неологизмы как проблема перевода // Теория и практика перевода. – Вып. 11. – К.: Вища школа, 1981. – С. 101–107.
2. Мешков О. Д. Словосложение в современном английском языке. – М.: Высшая школа, 1985. – 187 с.
3. Степанова М. Д. Словообразование и семантические системы // Структурно-типологическое описание современных германских языков. – М., 1966. – 118 с.
4. Шевчук В. Н. Производные военные термины в английском языке. Аффиксальное производство. – М.: Воениздат, 1983. – 231 с.



*Розіт Анатолій Євгенович,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ПАРАДИГМАТИЧНІ ВІДНОШЕННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ

**Актуальність** дослідження зумовлена значною увагою науковців до вивчення взаємозв'язків між мовою як виразником внутрішнього світу людини та когнітивними структурами як основою мислення.

**Об'єктом** цього дослідження є лексико-семантичне поле. Предметом – парадигматичні відношення лексико-семантичного поля у різних мовах.

**Метою** дослідження є ілюстрація парадигматичних відношень лексико-семантичного поля у різних мовах.

Значення слова, його цінність (значеннєвість) залежить тією чи іншою мірою від значень інших семантично пов'язаних із ним слів, від місця слова в лексико-семантичній парадигмі, тобто від його парадигматичних відношень.

Парадигматичні відношення в лексико-семантичній системі - відношення між словами і групами слів на основі спільності або протилежності їх значень. Слова, як і фонемі, морфемі, конструкції, знаходяться між собою в різних опозиціях і об'єднуються в різноманітні парадигми.

Найбільшим парадигматичним об'єднанням є лексико-семантичне поле. Лексико-семантичне поле - це сукупність лексичних одиниць, які об'єднані спільністю змісту (іноді й спільністю формальних показників) і відображають поняттєву, предметну або функціональну подібність позначуваних явищ. Це слова, пов'язані з одним і тим самим фрагментом дійсності. Так, скажімо, в лексико-семантичній системі будь-якої мови можна виділити поле руху (переміщення), поле часу (темпоральне), поле погоди (метеорологічне), поле розумової діяльності (мислення), поле почуттів тощо. Лексико-семантичні поля є відносно автономними, бо пов'язані між собою, що засвідчується багатозначними словами, які різними своїми значеннями входять до різних полів. Так, можна ствер-

джувати про зв'язок лексико-семантичних полів руху, мислення і говоріння; часу і погоди тощо. Дієслова руху використовують для називання мисленневих процесів (схопити думку, дійти висновку, наблизитися до розв'язання проблеми та ін.) і процесу говоріння (повернувся язик, смикнуло за язик, рос. вертится на языке, болг. да се обърна «звернутися» тощо). Темпоральні лексеми майже в усіх мовах світу використовують для номінації погодних (метеорологічних) понять. Так, укр. і рос. погода є похідним від год, болг. време має значення «час» і «погода», укр. година означає «час», «60 хвилин» і «гарна сонячна погода», чеськ. росазі «погода» є похідним від саз «час», словацьк. скупа «дуже короткий час» і «гарна сонячна погода», рос. діал. время і укр. гуцульське вереме «час» і «погода». Час і погоду позначають також ісп. Петро, італ. tempo, алб. kohe, угор. ido.

Отже, лексико-семантичні поля характеризуються зв'язком слів або їх окремих значень, системним характером цих зв'язків, що забезпечує безперервність смислового простору. Кожне поле - це своєрідна мозаїка слів, де кожне окреме слово має певне місце в лексико-семантичному просторі. Ця мозаїка не збігається в різних мовах, бо кожна мова по-своєму членує об'єктивний світ. Національна специфіка лексико-семантичних полів виявляється в кількості наявних у полі слів і в характері опозиції між компонентами поля. Цю думку яскраво ілюструє спостереження Л. Сьмслева щодо позначення в деяких мовах дітей одних батьків: «Хоч позначувані тут явища (стать дитини і послідовність народження) є універсальними, але в різних мовах вони неоднаково розподілені між словами. У малайській мові їх не розмежовують, у російській мові слова диференціюють стать дитини, а в угорській - і стать, і послідовність народження дитини».

Різними засобами передається в різних мовах поняття прихильного ставлення до кого-небудь чи чого-небудь. Порівняймо рос. любить, укр. любити і кохати, болг. любя і обичам, нім. lieben і haben gem, англ. like, love. Не збігаються в українській і німецькій мовах назви кольорів (у німецькій мові немає назви для голубого кольору), назви спорідненості і свояцтва в українській, болгарській, німецькій і англійській мовах тощо. Отже, семантичний простір по-різному членується в мовах, кількість клітин у межах лексико-семантичного поля не збігається, а тому й не збігаються значення слів-відповідників.

**Список літератури:**

1. Булаховський Л.А. Метатеорія мовознавства. – К.: Основа, 2000. – 349с.
2. Вердів З.С. Стилiстичнi явища в українськiй мовi. – Харкiв: Харкiвськiй у-т, 1958 – 228с.
3. Котелова Н.З. Проблеми зiставноi семантики. – К., 1999. – 349с.
4. Покровськiй М.М. Проблеми зiставноi семантики. – К., 1995. – 288с.
5. Виноградов В.В. Основные типы лексических значений слова // ВЯ, 1953. - №5. – С.3-29.
6. Каверина О.Н. Семантическое поле „погода» в современном английском.
7. Лисиченко В.О. Семасиология. – Винница: НОВА КНИГА, 2006.- 512с.

**Романюк Л. А.,**

*Каменець-Подольський національний університет ім. Івана Огієнка*

## **ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА ТАЙНА (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕГЕНД ВАШИНГТОНА ИРВИНГА «TALES»)**

Данная статья посвящена анализу концепта «ТАЙНА» - MYSTERY на материале произведений Вашингтона Ирвинга «Tales». Предметом исследования являются лексико-семантические репрезентации концепта «Тайна» в английском языке.

Цель статьи — изучить содержательную структуру концепта «Тайна» и раскрыть его когнитивный слой на основе анализа словарного и текстового материала.

В трактовке концепта будем следовать за такими отечественными лингвистами, как В. Н. Телия, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, З. Д. Попова, В.И. Карасик и др. Концепт рассматривается как объемная структура знания, отражающая, в отличие от понятия, не просто существенные признаки объекта, явления, ситуации, а все те, которые в языковом коллективе заполняются знанием о сущности, что закономерно предполагает национально-культурную обусловленность концепта. Указанное понимание позволяет расширить круг феноменов, объединяемых понятием концепта, и судить о нем как об информационной структуре, отражающей представления человека об объектах не только духовного, но и материального бытия [1].

В словаре «Longman Dictionary» подано 4 базовых трактования лексемы MYSTERY:

1) [countable usually singular] an event, situation [etc] that people do not understand or cannot explain because they do not know enough about it:

2) [uncountable] the quality that something or someone has when they seem strange, secret, or difficult to understand or explain

3) [countable usually plural] a subject, activity [etc] that is very complicated, secret, or difficult to understand, and that people want to learn about

4) [countable] also murder mystery a story, film, or play about a murder, in which you are not told who the murderer is until the end

Кроме того, выделяются такие лексические единицы (ЛЕ), представляющие данный концепт:

- a. ADJECTIVES: big, complete, great, little, unsolved
- b. NOUNS: man, murder, novel, tour, virus, woman
- c. VERBS: deepen, explain, remain, solve, surround, unlock, unravel [3].

Мы предлагаем следующую классификацию представляющих концепт MYSTERY ЛЕ:

1. ADJECTIVES: careful, dark, deep, famous
2. NOUNS: affair, appearance, enemy, flash, fear, ghost, sight
3. VERBS: descry, disappear, help, leave, walk [2].

Все эти лексические единицы в определенной степени связаны с данным концептом. Например, синонимический ряд GHOST представляет широкий спектр мистических существ, DISAPPEAR вербализирует характерное мистическое исчезновение, а FAMOUS акцентирует внимание на общеизвестности объекта коммуникации.

Таким образом, можно сделать выводы, что концепт MYSTERY – это структура с постоянным набором существенных признаков, что согласуется с функцией этого концепта — он призван создавать мистическую ауру, интриговать и мотивировать общий интерес, который тем сильнее, чем более неординарным оказывается объект.

Концепт MYSTERY является социо-оценочным концептом и соотносится в сознании с нормами, которые определяют различные социальные представления, суждения и стереотипы.

Концепт MYSTERY является продуктом психики человека — «внутренним» феноменом сознания.

#### **Список літератури:**

1. Vyvyan Evans, Melanie Green. Cognitive linguistics. An introduction. – Edinburgh University Press, 1988. – 851 p.
2. Washington Irving. Tales. – Moscow: Progress Publisher, 1982. – 470 p.
3. Longman Exams Dictionary [Электронный режим]. – Режим доступа: [http://www.Longman.com/dictionaries/Longman Exams Dictionary](http://www.Longman.com/dictionaries/Longman%20Exams%20Dictionary)

**Сіліванова Ілона М.,**

*Національний університет «Острозька академія»*

## ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧА ОСНОВА ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ «ПОДАРУНКА»

Вивчення фразеологічних одиниць (ФО) є необхідною складовою частиною дослідження будь-якого народу. Стійкі звороти відбивають досвід накопичений протягом тисячоліть. Якщо на початку вивчення ФО на перше місце висували структуру та функціонування, то в останні десятиліття інтерес лінгвістів зосереджено на лінгвокраїнознавчих особливостях фразеологізмів. В основі лінгвокраїнознавчої теорії лежить вчення про лексичний фон, тобто семантичну рештку, яка залишається після вилучення із плану змісту лексеми її семантичних долей, як зазначає мовознавець Б. М. Ажнюк [1: 27].

**Метою** публікації є описати семантичне та лінгвокультурологічне поле поняття «подарунка», виділити групи у межах цього лексико-семантичного поля та здійснити класифікацію ФО на позначення «подарунка» в англійській мові.

Розглядаючи поняття «подарунок» в англійській мові, ми можемо відмітити, що існує кілька абсолютних синонімів на його позначення, а саме *present* та *gift*.

Так, у «Longman Exams Dictionary» наводяться такі визначення поняття «подарунок (gift) –

- це будь-що, що Ви комусь даєте, наприклад, в знак подяки або захоплення»;
- це природна здатність, наприклад, *дар до опанування мов*; це здатність, дана Вам Богом, наприклад, *дар пророцтва*»;
- «щось, що є легше чи дешевше, ніж Ви очікували» [2: 641].

Якщо розглядати семантичне та лінгвокультурологічне поле поняття „подарунка”, ми можемо проаналізувати його структуру:

1. Назва поля – «**подарунок**» (**gift**, Middle English – *gift, gefit*). The word is perhaps rather Scandinavian than English. A.S. – *gift, gyft*, rare in the singular, but common in the plural [5: 233]. Іntenціонал поля – будь-які предмети матеріального і нематеріального характеру, що передаються від однієї особи до іншої у володіння.

2. Екстенціонал поля (класи-групи лінгвокультурем як одиниць): центр – *present, donation, favour, grant, largesse, bounty*; класи спеціалізованої семантики – *benefaction, offering, honorarium, bonus, prize*; на периферії поля – *alms, hand-out, dole, charity, benefit, tip, gratuity, cumshaw* [4: 772, 1505].

3. Категоріальні відношення:

- синонімія і варіативність: *present, gift, grant, bounty, boon, award, donation, gratuity, largesse, subsidy, endowment, subvention, prize*;
- антонімія: *sale, auction, vending, transferring, trading, exchanging, marketing, dealing, merchandising, handling, stocking*;
- деривативи: *presenter, presentation, presented, gifted, granted, donate, donator, donatory* [4: 484, 772, 1505].

У межах лексико-семантичного поля **подарунка** ми виділили 6 груп на основі виокремлених у різних словниках слів та виразів: 1) подарунок у змаганнях; 2) подарунок знедоленим; 3) подарунок у робочому процесі; 4) подарунок-дар; 5) подарунок для певних цілей або за заслуги; 6) подарунок за традицією.

До першої групи ми віднесли такі слова на позначення подарунка, що мають відношення до **змагань, гри** і називають подарунок, що отримує переможець. Наприклад, *prize* – щось, що надається тому, хто досяг успіху у змаганнях, гри та ін. Друга група налічує слова, що називають допомогу **знедоленим, бідним, безробітним**: *alms* – гроші чи їжа, що даються для бідних людей [2: 40]. Третя група лексем об'єднана за спільною рисою – відношення до **роботи, організації робочого процесу та винагороди** за виконану роботу. Сюди входять такі слова як *tip* – невелика сума грошей, що Ви даєте офіціантам чи таксистам; чайові гроші [2: 1625]. До четвертої лексико-семантичної групи ми віднесли слова, що мають загальне значення «**подарунок, дар**», інколи з дещо містичним, божественним відтінком. Так наприклад, *blessing* – отримання божественного дару чи покровительства [2: 139]. До **п'ятої групи** належать такі слова як *bounty* – гроші, що надаються комусь урядом за певні заслуги, особливо за впіймання злочинця [2: 160]. Цікавими є лексеми, що входять до складу шостої групи. Їх зв'язуючою ланкою є **традиція, звичай**. Тут можна згрупувати такі слова: *bequest* – гроші чи власність, яку Ви передаєте комусь після Вашої смерті [2: 123].

Поняття «подарунка» лягло в основу багатьох англійських ФО. В ході дослідження їх було умовно поділено на 6 логічних груп:

- 1) ФО на позначення хабара;
- 2) ФО міфологічного походження;

- 3) ФО історичного та біблійного походження;
- 4) ФО із зоосемічним компонентом;
- 5) ФО на позначення нематеріального «дару»;
- 6) ФО на позначення вимоги чи повернення подарунка.

Отже лексико-семантичне поле «подарунка» є дуже багатим та насиченим. Воно налічує понад 30 одиниць та містить 6 лексико-семантичних груп. Традиції і вірування англійців мали значний вплив на формування мови, а тому лінгвокраїнознавчий аспект чітко прослідковується при аналізі лексичного матеріалу. При аналізі численних ФО, синонімічних рядів лексичних одиниць на позначення «подарунка» ми встановили їх мотивацію, етимологію та семантичні особливості.

#### **Список літератури:**

1. Вежбицькая А. Язык, культура, познание. – М., 1996. – 416 с.
2. Longman Exams Dictionary. – New York: Longman Pearson, 2006. – 1843 p.
3. Pickering David. A Dictionary of Folklore. – New York: Facts on File, 1999. – 294 p.
4. The Oxford Thesaurus: An A-Z Dictionary of Synonyms. – Oxford. – 2396 p.
5. Walter W. An Etymological Dictionary of the English Language.– Oxford: Oxford University Press, 1982 – 775 p.



*Сімак Катерина Віталіївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **ДІАГНОСТИКА ДИНАМІКИ МІЖОСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ СТУДЕНТСЬКИХ ГРУП УКРАЇНИ ТА КАНАДИ**

Спілкування у групах відіграє важливу роль у житті людини. Задоволення від нього позначається на психологічному комфорті учасників комунікативного процесу, а незадоволення міжособистісними стосунками породжує погані настрої, депресії, утруднює досягнення поставлених цілей.

Дослідження Б. Парігіна, Я. Коменського, А. Петровського, Л. Уманської зосереджуються на соціально-психологічних факторах формування та розвитку груп, визначенні специфіки впливу на особистість конкретної соціальної групи, а також питань групових взаємин.

На нашу думку, міжособистісне спілкування – це складний процес, у системі якого діють не лише об'єктивні чинники (характер цілей комунікації, умови їх досягнення, результативність та успішність, особливості комунікантів, та стосунки, що виникають між членами групи), а й суб'єктивні (культурні та міжнаціональні особливості, гендерні атрибути, рівень свідомості та самосвідомості, та індивідуально-психологічні особливості учасників комунікації та ін.).

Ефективним інструментом результативного вивчення міжособистісних стосунків є запропонований американським психологом Дж. Морено метод соціометрії. Процедура соціометричного дослідження полягає в тому, що кожному члену групи пропонується відповіді на запитання «З ким би ти хотів..?» [3: 68].

На думку А. Петровського [1:49], цей механізм можна позначити як мотиваційне ядро в міжособистісних стосунках. Експериментальне доведено, що зміст мотиваційного ядра вибору партнера у структурі міжособистісних стосунків може правити за показник того рівня, якого досягла група у своєму розвитку як колектив.

Проміжне становище між якостями особистості студента та його міжособистісними відносинами займають ті здібності, які виявля-

ються в спілкуванні і взаємодії з людьми. Психодіагностика таких здібностей у певній групі може проводитися шляхом спостереження. Проте таке самоспостереження повинно бути заздалегідь підготовленим, продуманим і організованим, проводитися за певною програмою.

Щодо діагностики індивідуальних особливостей комунікантів, що впливають на процеси спілкування, то надзвичайно важливо виділити такі властивості, як стиль лідерства, конфліктність, співпраця, і т. д. Прикладом є Каліфорнійський психологічний опитувальник особистості (СРІ). Він був розроблений за принципом ММРІ в кінці 60-х рр. американським психологом Дж. Гоухом. Мета або призначення цього опитувальника – «передбачати, що люди скажуть або зроблять в певній ситуації, а також передбачити, що інші скажуть про них». На відміну від ММРІ СРІ призначений для здорових людей і виявляє соціально-психологічні характеристики особистості [5: 53].

Методина діагностики міжособистісних стосунків Т. Лірі, була створена у 1954 р. і призначена для дослідження уявлення кожного учасника групи про себе (в опозиції *домінування-підпорядкування* і *дружелюбність-агресивність*) й ідеальне «Я», а також для виявлення зони конфлікту[2: 185-208].

Отже, міжособистісне спілкування охоплює практично весь діапазон існування людини. Перспективним напрямом у діагностиці міжособистісних відносин є спостереження та ряд інших методик, що дозволяють дослідити динаміку розвитку кожного з учасників та групи загалом.

### **Список літератури:**

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
2. Волошина В.В., Долинська Л.В. Загальна психологія. Практикум: Навч. посібн. – К.: Каравела, 2008. – 280 с.
3. Максименко С.Д. Загальна психологія: Навчальний посібник. – Видання друге, перероблене та доповнене. – Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – 272 с.
4. Психологическая диагностика: Проблемы и исследования / Е.М. Борисова К.М. Гуревич. Под ред. К.М. Гуревича. – М.: Педагогика, 1991. – 232 с.
5. Семиченко В.А. Психологія спілкування. – К.: «Магістр-S», 2008. – 152 с. Рос. мовою.

*Сокол Інна Володимирівна,  
Національний університет Острозька академія*

## ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ У ДІТЕЙ ШКІЛЬНОГО ВІКУ В КАНАДІ

Швидкий економічний розвиток Канади, зумовив певну еволюцію у поглядах щодо гендерних ролей, особливо жіночих. Поширення науково-технічно революції, потужний ринковий характер – стали провідними причинами змін у гендерній політиці. Зростання соціальної активності та емансипація жінки сприяють абсолютній зміні усталених гендерних відношень. Ця зміна відчутна і в освітніх закладах, де з розвитком соціальної думки, розбудовується система освіти та змінюється стиль та стратегія виховання дітей навіть у школах.

**Об'єктом** дослідження є процес статевої соціалізації школяра Канади.

**Предметом дослідження** – теоретичні основи, практичні аспекти, психолого-педагогічні чинники та вікові особливості засвоєння гендерних установок молодшими школярами.

**Мета** роботи – систематизувати та узагальнити психологічні фактори гендерної соціалізації, розкрити теоретичні, ідейні, змістовні; засади процесу гендерної соціалізації школярів Канади та перевірити їхній вплив на формування гендерних особливостей дитини, зробити ґрунтовний аналіз теоретико-методологічної бази стосовно даної проблеми;

**Практичне значення** дослідження: підібрані методики проведення гендерного виховання молодших школярів, засоби підвищення гендерної освіченості вчителів та батьків, що дозволяє оптимізувати становлення ціннісних засад гендеру, сприяє процесу статевої соціалізації дитини в умовах сучасної початкової школи. Надання рекомендацій щодо виховного спрямування гендерно соціалізації. А відтак використання розроблених рекомендацій та підібраних методик для батьків та вчителів сприятиме більш гармонійному розвитку дитини.

Школярі Канади відрізняються своїми поглядами та формуванням гендерних установок від жителів Європи. В зв'язку з хорощим еко-

номічним розвитком країни та емансипацією жінок, моральні закони відрізняються. В основі лежить рівність в правах та обов'язках, що і впливає на свідомість школяра різними шляхами.

Школярі Канади мають певні гендерні характеристики під час процесу навчання більш в біологічному характері, де боротися за рівність важко. Під час дослідження, ми дійшли висновку, що дівчата краще сприймають інформацію, відтворюють її та є більш відповідальними у навчанні. Стосовно соціального характеру, слід зауважити, що позиції дітей шкільного віку дівчат та хлопців знаходяться приблизно на одному рівні, що довели дослідження.

На формування гендерних установок мають вплив багато факторів: позаурочні заходи, спілкування в неформальному стилі, відвідування гуртків, медіа та телебачення та сім'я. Під впливом цих факторів формується тип статево-рольової поведінки дитини проте він залишається незавершеним на даному етапі.

#### **Список літератури:**

1. Кравець В.П. Гендерна педагогіка. Навчальний посібник. – Тернопіль: Джура, 2003.-416с.
2. Савіна М.І. Статеворольова ідентифікація дитини // Соціальний працівник. – 2006. - №23. – С. 2-27.
3. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: прайм – ЕВРО-ЗНАК, 2001. – 321с.
4. Каган В.Е. Когнитивные и эмоциональные аспекты гендерных установок у детей 3-7 лет // Вопросы психологии. 2000. - №2. – с.65-69.
5. Atlantic Provinces Education Foundation (1996). Education Indicators for Atlantic Canada. Halifax: Human Resources Development Canada.
6. <http://www.statistics.gov.uk/STATBASE/Product.asp?vlnk=1607>

*Старостіної Вікторії Валеріївни,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО СПІЛКУВАННЯ

У статті висвітлено найважливіші лінгвістичні особливості англомовного комп'ютерного дискурсу та наведено приклади найпоширеніших у мові Інтернет спілкування лексичних одиниць.

This article deals with the enlightening of main linguistic peculiarities of computer discourse and giving the examples of the most widespread lexical units in the Internet communication language.

Актуальність теми зумовлена зростаючим інтересом до вивчення нових дискурсивних практик в електронному середовищі, а також когнітивним та прагматичним фокусом у вивченні специфіки творення та сприйняття нового дискурсу в електронному середовищі.

Дослідженням комп'ютерного дискурсу та його особливостей зокрема займалися такі вчені як Н. Арутюнова («Фактор адресата»), Р. Барт («Семіотика»), О. Галічкіна («Специфіка комп'ютерного дискурсу»), В. Звєгінцев, О. Каменська, М. Кастельс, М. Маклюен та інші. Вивченню Інтернет дискурсу присвячені також монографії американських авторів Т. А. Ван Дейка («Мова, пізнання, комунікація»), Д. Крістала, О. Джесперсена, роботи французьких вчених А. Байє, А. Дежон, П. Лапуанта.

Інтернет спілкування або комп'ютерний дискурс еволюціонує та розвивається з кожним днем, творяться нові слова, спрощується мовлення, складається специфічна мова, особливості комунікації через Інтернет безперервно змінюються. Письмо, яке спостерігається в чатах відрізняється від традиційно прийнятого настільки, що необхідність його лінгвістичного вивчення виявляється необхідною.

Передусім, надзвичайно важливими елементами електронного спілкування є невербальні засоби передачі емоцій – так звані «смайлики», як наприклад: :- ) — *happy (щасливий)*; :- 0 — *surprised (людина вкрай здивована чимось)* [2: 321]. Іншим зразком безпосереднього вираження емоцій та настроїв слугують різноманітні графічні комплекси, такі як випадки множинного повторного написання букв:

yeeeessss, aaaaahhhhhh, hiiiiiii, oooooops, sooooo; використання всіх великих літер замість маленьких для вираження емпатичного наголосу: *I SAID NO*; виділення частини фрази розрядкою шрифту з ціллою передачі логічного чи емпатичного наголосів: *WHY NOT, why not*.

Прояв комунікативного принципу економії зусиль – скорочення та аббревіація слів у електронному дискурсі. Це спрощення структури слів (*good – gud, says – sez, give me – gimme, , want to be – wannabe*) [4:1], злиття складних слів та їх суцільне написання (*electronic card – e-card, e-money, e-books, e-text, startup, homepage* замість *start up, home page*) [3:42], використання тільки малих літер: (*john are you going to london?* замість: *John, are you going to London?*).

Найпоширенішим засобами економії мовлення є «неткроніми» [1:76], тобто аббревіації слів, які використовуються у різних ситуаціях та за багатьох обставин у чатах та на форумах, наприклад: (*AFAIK – as far as I know; BTW – by the way, WAYF – where are you from, SYL – see you later* та ін.).

Отже, необхідність дослідження електронного дискурсу є надзвичайно важливою сьогодні, адже лексика Інтернет комунікації поповнюється з кожним

днем, створюються нові слова та змінюються і спрощуються вже існуючі, в результаті чого постає все більше причин для її лінгвістичного дослідження.

### Список літератури:

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация // М.: «Академия», 2003. – С. 72-91.
2. Барт Р. Нулевая степень письма//Семиотика: Сб./Под ред. Ю. С. Степанова.- М.: Радуга, 1983. – С.306-349.
3. Шендельс Е. И. Некоторые проблемы грамматики текста.// Современные грамматические теории.- М.: РЖ, 1985.- С. 30-67
4. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives / Ed. by S.C. Herring. Amsterdam, 1996. P.

*Студинець Юлія Ростиславівна,  
Національний університет "Острозька академія"*

## ОГЛЯД ЗАГАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ ВИКЛАДАННЯ ГРАМАТИКИ

Викладання іноземних мов завжди зумовлене та кореговане вимогами часу та здійснюється відповідно до теорій, розроблених вченими в галузі методики у певний період. Протягом становлення методики навчання як педагогічної науки з'явилась велика кількість різних підходів до викладання мов, основні з яких і розглядаються у статті.

**Актуальність дослідження** зумовлена об'єктивною необхідністю пошуку та аналізу оптимальних шляхів навчання граматики іноземної мови і організації навчально-виховного процесу, раціональних варіантів змісту навчання і його структури загалом.

**Метою роботи** є аналіз існуючих підходів до навчання граматичного матеріалу та виділення особливостей їх практичного застосування.

**Аналіз актуальних досліджень і публікацій.** Дослідники спираються на теоретичні праці вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема Г. В. Рогової, С. В. Гапонової, Д. Ларсен-Фріман та Ч. Фріза.

Одним із основних підходів до вивчення граматики є ситуативний (усний) підхід, розроблений британськими лінгвістами в середині ХХ ст. Він полягає у ситуативному поданні та опрацюванні нового матеріалу. Граматичний матеріал при цьому градується: спочатку засвоюються прості форми, потім складні. За ситуативним методом тренування вживання нових структур здійснюється в ситуаціях за допомогою прикладів без застосування перекладу [1: 11]. Перевага цього методу полягає у безпосередній актуалізації набутих вмінь у конкретній мовленнєвій ситуації.

При свідомому підході увага звертається на новий елемент у реченні, що зазвичай пояснюється коротким правилом, яке допомагає учневі зрозуміти та засвоїти структурне значення цього елемента. Відповідно, вчитель не вдається до довгих пояснень, уникаючи подачі зайвої інформації, при цьому головним є правильне застосуван-

ня правила на практиці, а не дослівне його відтворення. Пояснення граматичного матеріалу зазвичай ведеться рідною мовою. Свідомий підхід може також реалізовуватись за принципом опозицій, коли приклад певної граматичної конструкції протиставляється тій, яку часто з нею плутають (наприклад, речення у Present Simple порівнюється з аналогічним прикладом, але у Present Progressive) [2: 158].

Г. В. Рогова у своїй класифікації виділяє також практичний підхід, що забезпечує вивчення граматичних аспектів, необхідних для безпосереднього використання у писемному чи усному мовленні. Прямий зв'язок з практикою є однією із найперших переваг розглянутого підходу.

Структурний (аудіолінгвальний) метод був розроблений Чарльзом Фрізом, який першим застосував принципи структурної лінгвістики до викладання мов. Він передбачає пояснення нового матеріалу спочатку усно, формування навичок відбувається за схемою «слухаю- говорю». Аналогія при цьому має більше значення, ніж аналіз, тобто при побудові речення за аналогією, стимулюються процеси узагальнення і розрізнення. Таким чином, правила представляються лише після опрацювання тієї чи іншої моделі у різних контекстах та усвідомлення її побудови. Іншими словами, будь-який граматичний матеріал подається у відповідних структурах або моделях речення. У процесі навчання зазвичай особлива увага приділяється розвитку навичок правильного швидкого мовлення, а пояснення граматичних правил практично відсутнє, тому побутує думка про те, що структурний підхід більше сприяє формуванню навичок усного мовлення [1: 12].

Диференційований підхід до викладання граматики передбачає різні засоби навчання для різних граматичних аспектів. Це означає, що граматичний матеріал, необхідний для розмовної мови подається і засвоюється в усній формі, а навички, потрібні, наприклад для читання, здобуваються у процесі читання [2: 161].

Серед науковців точаться постійні дискусії щодо того, що важливіше: комунікативна чи лінгвістична компетенція, але, вочевидь, не дарма остаточного висновку ніхто дійти не може. Щодо цього питання, варто було б погодитись із думкою Д. Ларсен-Фріман про те, що комунікативна компетенція доповнює, але не замінює лінгвістичну [4: 22]. Нам імпонує також концепція вищезгаданого науковця щодо трьох взаємопов'язаних мовних вимірів, на які потрібно зважати у викладанні граматики: форма (структура), семантика (значення) та практичні умови, що регулюють їх використання (коли/чому вживається та чи інша форма/структура) [4: 23].



Висновки. З огляду на багатокomпонентність і складність граматики як одного з головних аспектів мовної компетенції, на нашу думку, доцільним є використання комплексного підходу до подачі граматичного матеріалу, адже кожен із принципів викладання доповнює інші, що забезпечує цілісність і гармонійність процесу навчання.

**Список літератури:**

1. Гапонова С. В. Огляд зарубіжних методів викладання іноземних мов у ХХ столітті / С. В. Гапонова // Іноземні мови.– 2010.– № 1.– С. 11–15.
2. Рогова Г. В. Методика обучения английскому языку: учеб. пособие для студ. пед. ин- тов – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Просвещение, 1983.– 351с.
3. Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти: навч. посібник – К.: Фірма «ІНККОС», 2006.– 248с.
4. Larsen- Freeman D. Technics and Principles in Language Teaching. / Larsen- Freeman D. – Oxford: Oxford University Press, 1986.– 142 p.

*Тимченко Мирослави Олександрівни,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЧОЛОВІКА ТА ЖІНКИ В ІНШОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Гендер - це соціальна стать, що визначає поведінку людини в суспільстві і те, як ця ж поведінка сприймається. Це та поведінка статі, яка визначає відношення з іншими людьми: друзями, колегами, однокласниками, батьками тощо. Більшість американських соціологів розглядають соціальне положення чоловіків і жінок, їх соціальні ролі в двох площинах - вертикальній: в контексті влади, престижу, багатства, та горизонтальній: в контексті функцій щодо поділу праці та інституціонального аналізу (сім'я, економіка, політика, освіта). Сьогодні гендерні проблеми є областю міждисциплінарних досліджень, які привертають увагу не лише соціологів, але і психологів, антропологів, істориків. Проте, якщо психологів в більшій мірі цікавить проблема гендерної соціалізації індивіда, засвоєння ролей чоловіка та жінки на індивідуальному рівні, а також психологічні відмінності чоловіків і жінок (наприклад по таких аспектах, як агресія, творчість, розумові здібності), то соціологи більше зацікавлені проблемою соціальних відмінностей чоловіків та жінок на інституціональному рівні та фактори, які впливають на ці відмінності.

**Актуальність проблеми** взаємовідносин чоловіка та жінки завжди були, є та залишатимуться індивідуальними для того навколишнього середовища, де вони проживають. Відносини між чоловіком та жінкою залежать від багатьох чинників, але єдине залишається незмінним - їхня стать, гендер. Саме те, як вони ведуть себе в суспільстві і розкриває їх як чоловіка та жінку.

**Мета:** Розглянути гендерні відносини чоловіка та жінки в іншомовному середовищі, вказати які є відмінності, та основні чинники, які визначають чоловіка та жінку як гендерних об'єктів дослідження.

Поняття «гендерна роль» перейняв із граматики та ввів в науку про поведінку сексолог Джон Мані, якому в 1955 році при вивченні інтерсексуальності та трансексуальності вимагалось розмежувати, загальностватеві характеристики, такі як, стать і фенотип, від сексу-

ально-генітальних, сексуально-еротичних і сексуально-прокреативних якостей. Потім воно стало широко використовуватися соціологами, юристами, та американськими феміністками. Якщо індивід не відповідає гендерним нормам, включається репресивний механізм соціального гендерного контролю: чоловік дискримінується.

Середньостатична жінка частіше дискримінується в суспільстві, ніж середньостатичний чоловік:

- Менший заробіток
- Відсутність просування по кар'єрній сході
- Сексизм

Відношення до жінок по статевих ознаках, яке зменшує важливість особистих досягнень, обмежує в правах і можливостях. Наприклад, відмова в прийомі на роботу жінки, яка хоче мати дітей.

Доречі, в сучасному світі 66% всієї роботи по домашньому господарству та в неформальній економіці виконують жінки. А 99% всієї власності в світі і стільки ж влади знаходиться в руках чоловіків.

Отже, питання гендерної нерівності залишається актуальним і потребує вирішення, адже чоловіки так і жінки мають рівні можливості та життєві шанси.

#### **Список літератури:**

1. Бем Сандра. Трансформація дебатів про статеву нерівність. Фемінізм і гендерні дослідження. Хрестоматія. Спільна редакція. В. І. Успенської.
2. Джонсон Р. Вона. Глибинні аспекти жіночої психології. -Харків: Видавництво «Фоліо», 1996.
3. Піз А., Піз Б. Мова взаємостосунків - чоловік+жінка. - М.: Видавництво ЕКСМО - Прес, Видавництво ЕКСМО - Маркет, 2000. - 400 с.

*Ткаченко Наталія Миколаївна,  
Національний університет «Острозька Академія»*

## **ОЦІНОЧНА ЛЕКСИКА В АНГЛОМОВНИХ ТЕАТРАЛЬНИХ РЕЦЕНЗІЯХ (НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ РЕЦЕНЗІЙ НА ВИСТАВУ ЗА П'ЄСОЮ ВІЛЬЯМА ШЕКСПІРА ДВНАДЦЯТА НІЧ, АБО ЯК ВАМ ЦЕ СПОДОБАЄТЬСЯ)**

Критика для театральної науки є цінним інформаційним ресурсом, без якого неможливе адекватне розуміння феномена театру й визначення його місця в світовому сценічному контексті. Мета роботи полягає в дослідженні семантики слів та ідентифікації лексики англomовних театральних рецензій. Робота базується на аналізі структурно-семантичних форм та семантичних особливостей лексики, що використовується для вираження оцінки в театральних рецензіях, зокрема рецензіях на виставу за п'єсою Вільяма Шекспіра «Дванадцята ніч, або Як вам це сподобається». Специфіка лексики, що використовується саме в театральних англomовних рецензіях практично не досліджується, але серед авторів, що займаються дослідженням рецензій та її особливостей можна виділити С. М. Яворську, О. В. Наконечну, Т. С. Ляшенко, Ю. К. Ломову та ін.

Рецензія повинна бути зрозумілою за змістом та формою, доступною для тієї категорії читачів, слухачів чи глядачів, яким вона адресована. Тому в ній, як і в більшості текстів публіцистичного стилю, використовується переважно нейтральна лексика. Та з іншого боку, рецензія визначається як різновид оцінно-критичного типу текстів, основна особливість яких полягає в тому, що оцінка в них є домінуючою комунікативною установкою [4: 15]. Під час аналізу оціночної лексики в кількох рецензіях різних авторів було виявлено, що для опису та вираження оцінки частіше використовуються прикметники, оскільки вони мають значно більшу експресивну силу ніж інші частини мови. Прикметник прямо вказує на ознаку речей, одразу формуєчи уявлення читача про людей, події чи явища, про які йдеться [1: 4]. Він може мати негативне та позитивне забарвлення, зрідка нейтраль-

не, адже зазвичай рецензент висловлює чітку позицію за або проти, висвітлює позитивні та негативні сторони явища, а не лише описує його. Рецензенти використовували більшою мірою використовували прикметники з позитивним забарвленням, такі як: *excellent, good, superb, skilled, gifted, apt, suited, hilarious*. Порівняно незначну частину оціночної лексики складають інші частини мови з позитивною конотацією, наприклад, іменники *genius, triumph, devotees* дієслова *to succeed*, прислівники *cleverly, superlatively, fittingly*.

Отже, оскільки метою театральної рецензії є оцінка і часто рекомендація тієї чи іншої вистави, то її текст містить велику кількість лексики, що несе в собі позитивне або ж негативне значення, тобто оціночної лексики. Дослідження показало, що більшість авторів для оцінки в театральній рецензії використовують саме прикметники з позитивним забарвленням

### Список літератури:

1. Кислицина Н.М. Прикметники зі значенням узагальненої позитивної оцінки як фрагмент мовної картини світу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук: спец. «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» 10.02.17/ Таврійський нац.ун-т ім. В.І.Вернадського. – К., 2002. – 17с.
2. Лінгвостилістичні особливості жанру рецензії на матеріалі англійської та української літературної критики // Вісник Харківського університету. Вип 426. – Харків, 1999. – С. 148 -151
3. Наконечна О. Детермінанти створення і втілення сценічного образу в театральному мистецтві / О. В. Наконечна. - Одеса : Астропринт, 2006. - 248 с. Очерки истории театральной критики. Сб. в 3 т. Л., 1975–1979 [Електронний ресурс] [http://revolution.allbest.ru/culture/00069443\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/culture/00069443_0.html)
4. Яворська С.М. Рецензія як тип тексту (на матеріалі англійської рецензії): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / С.М. Яворська; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. — Львів, 2000. — 23 с.[Електронний ресурс] <http://www.lib.ua-ru.net/inode/5536.html>

*Тусик Надія Миколаївна,  
Національний університет „Острозька академія”*

## ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНОГО ПРЕДСТАВЛЕННЯ, ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ЕНАНТІОСЕМІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Енантіосемія (en – «всередині», anti – «проти», sema – «знак») – це різновид полісемії, для якого характерна наявність у одного і того ж слова протилежних значень, відповідно енантіосемізи – це лексичні одиниці, що належать до поданого явища. Актуальність вивчення енантіосемізмів полягає в тому, що їх двозначність вносить суперечності при перекладі речень, зокрема на українську мову, що, у свою чергу стає перепорою на шляху міжмовної комунікації. Об'єктом дослідження є слова, значення яких суперечать одне одному, іншими словами енантіосемізи; його завданнями є: оцінка результатів аналізу окремих словників на наявність в них та маркування енантіосемізмів; з'ясування особливостей їх вживання в контекстах згідно з BNC, а також виокремлення труднощів при їх перекладі.

Для реалізації поставлених завдань нами було відібрано вісім лексем, які, згідно зі словником видавництва «Нова Книга», мають протилежні значення: *accomplished, account, dead-water, emulator, hirer, muck, overlook, sight*. Вони були проаналізовані у різних словниках, які можна розподілити на дві групи: одномовні [1, 2, 4] та двомовні [5, 6, 7, 8] та. Під час аналізу кожного з перерахованих вище словників до уваги бралися наступні критерії: наявність слова в словнику; наявність протилежних значень; наявність відповідних позначок, які сигналізують про те, що слово містить значення, які суперечать одне одному.

Також значення відібраних попередньо восьми лексем ми проаналізували у різних контекстах, тобто в реченнях, де вони вживаються. Як джерело прикладів вживання ми використали BNC [3]. До уваги бралися 50 речень з наявністю відповідної лексеми в них. Таким чином на основі вивчених контекстів вживання лексем досліджувалося питання, чи їх значення є протилежними, чи вони є просто синонімами. Згідно з результатами проведеного аналізу восьми лексем ми

отримали наступні результати: 62,5% не вносять двозначності при перекладі; 25% є проблемними, оскільки мають протилежні значення, про які важко здогадатися з контексту; 12,5% не було зафіксовано у BNC. Можна зробити висновок про те, що у більшості випадків енантіосемізми не становлять труднощів при перекладі на українську мову, оскільки їх значення є очевидними з огляду на контекст.

На основі проведеного дослідження серед 7-ми словників варто зазначити, що не всі лексеми подаються у словниках як енантіосемізми. Якщо порівнювати одномовні та двомовні словники, то помітно, що випадки енантіосемії є більш частотними в останніх. Звідси впливає той факт, що різні носії мови сприймають одні і ті ж самі слова по-різному, і залежно від того який ресурс використовувати при перекладі, можна отримати різні результати. Проте також варто зазначити, що жодний з проаналізованих словників не надає позначень (спеціально розроблені знаки чи символи), які б сигналізували про те, що у слова наявні протилежні значення, і попереджали б перекладача про можливу двозначність слова.

Отож, не зважаючи на те, що в англійській мові явище енантіосемії не є досить поширеним (приблизно становить менше одного відсотка від загальної кількості слів), його вивчення є досить вагомим, оскільки недостатні знання чи ігнорування властивостей слів містити у собі протилежні значення можуть спричинити труднощі при розумінні та перекладі окремих словосполучень, понадфразових висловлювань, речень.

### Список літератури:

1. Longman dictionary of Contemporary English, Fourth Edition
2. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, Sixth Edition.
3. British National Corpus [Електронний ресурс] – Режим доступу до корпусу: <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>
4. Webster's On-Line Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу до словника: <http://www.websters-online-dictionary.org>
5. Англо-український словник: У 2 т. – Близько 120000 слів/ Склад М.І. Балла. – К.: Освіта, 1996.
6. Великий англо-український словник: Понад 112000 слів/ Упоряд. М.Г. Зубков; Худож.-оформлювач Б.П. Бублик. – Харків: Фоліо, 2003. – 790 с.
7. Гороть С. І., Коцюк Л. М., Малімон Л. К., Павлюк А. Б. Англо- український словник. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 1700 с.
8. Зубков М., Мюллер В., Сучасний англо-український словник та україно- англійський словник. – Х.: ВД «Школа», 2005. – 768 с.

**Фаусек Ганна Олександрівна,**  
НТУУ “КПІ”

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОРИ У НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТАХ

На сучасному етапі розвитку мовознавства метафора є об’єктом різнопланових наукових досліджень. Інтерес до вивчення цього стилістичного засобу перемістився з філології (поетична метафора) до галузі вивчення практичної мови, а також у ті сфери, що звернені до мислення, пізнання та свідомості, концептуальних структур, моделювання штучного інтелекту. У метафорі почали вбачати ключ до розуміння основ мислення й процесів створення не лише національно-специфічного бачення світу, але й універсального образу [1: 273].

У науково-технічних текстах серед загальнонавчаних слів та термінів широко вживаються метафори. Ці, так звані, наукові метафори – слова чи словосполучення, які вживаються у переносному значенні для назви поняття в науковій терміносистемі за подібністю певних ознак [3: 166].

Наукові метафори поділяються на мовні (стерті) та мовленнєві (індивідуально-авторські). Перекладацькі відповідники перших, як правило, зафіксовані у перекладних словниках. При перекладі такі метафори можуть передаватися метафоричним словом (*distribution curve* – крива розподілу, *strain wave* – хвиля деформації, *low-cycle fatigue* – малоциклова втома) або неметафоричним словом (*washer face* – опорний виступ під шайбу, *draft arm* – тяговий брус, *leg of frame* – стойка рами).

У деяких випадках перекладу мовної метафори перекладач має можливість вибору між метафоричним та неметафоричним відповідником, наприклад, *movable arm*, що може перекладатися неметафорично – рухомий *маніпулятор*, або метафорично – рухома *рука*. У таких випадках вибір метафоричного чи неметафоричного варіанту перекладу визначається перекладачем відповідно до загального стилю тексту.



Мовленнєва метафора у науково-технічних текстах становить для перекладача більшу складність, оскільки у мові перекладу вона не має усталених перекладацьких відповідників, виступаючи фактично семантичним новоутворенням. Для таких метафор існує три основні способи перекладу: 1) метафоричним словом, що має однаковий або подібний характер образності (*red radiation* – *червоне* випромінення, *mouse* – комп'ютерна *миша*), 2) метафоричним словом, що має інший тип образності (*hole array* – *сітка* отворів, *zapping* – *затирання* запису в пам'яті) та 3) неметафоричним словом, що передає лише денотативний зміст англійського метафоричного слова, а не образність (*killed will* – *заглушена* свердловина, *deadline* – *знеструмлена* лінія) [2: 203-204].

Важливим також є той факт, що збереження образності при перекладі метафори у науково-технічному тексті не є обов'язковим і здійснюється по можливості. Для компенсації стилістичної втрати через вживання при перекладі необразного слова, перекладач може вжити метафору в іншому місті тексту.

#### **Список літератури:**

1. Астаф'єва О.М. Аспекти лінгвістичної теорії метафори / О.М. Астаф'єва // Гуманітарний вісник. Серія: Іноземна філологія. – 2007. – № 11(2). – С. 272 – 277.
2. Карабан В.І. Посібник-довідник з перекладу англійської наукової та технічної літератури на українську мову. Част. 2 (Термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі). – Вінниця: Нова книга, 2001. – 324 с.
3. Петров В.В. Понимание метафор: на пути к общей модели //Метафора в языке и тексте /Отв. ред. В.Н. Телия. М.: 1988. – С. 165-169.

**Фесенко Сергій Михайлович,**  
*Національний університет “Острозька академія”*

## ДЕКІЛЬКА ЗАМІТОК ДО СЛОВОТВОРУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІННОВАЦІЙ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Необхідність всебічного аналізу професійної лексики, особливо тематичної групи, котра стосується комп'ютерних технологій, не викликає у мовознавців заперечень. Даною статтею ми б хотіли долучитися до обговорення цієї проблеми та, зокрема, зосередити свою увагу на дослідженні словотворчих моделей професіоналізмів-інновацій з обчислювальної техніки та інформатики у системі сучасної англійської літературної мови і виокремленні найбільш продуктивних способів словотворення в аналізованому корпусі лексем. Увагу було зосереджено на тому, як і з яких елементів створена та чи інша лексична одиниця. Характерною рисою афіксального способу словотвору є функціонування у ролі початкових компонентів іменників-комполітів перехідних афіксально-кореневих морфем. Такі структури побудовані за однією багаторазово повторюваною моделлю (афіксоїд +N). Високу частотність демонструють форманти cyber- (етимологічно – частина слова cybernetics), e- (етимологічно-абревіатурне скорочення слова electronic), афікс dot-. Лише з двох афіксів складаються інновації: dot-commer (dot-commie), dot-orging. Дериватами ми також вважаємо формації dot-com economy, dot-com rage, dot-com world, dot community, dot-com era. Частина інновацій утворена способом складання однієї лексичної одиниці з фрагментом іншої: courseware (**course** + **software**), deskfast (**desk** + **breakfast**). Інші моделі складання фрагментів лексичних одиниць поширені меншою мірою: adware (**advertisement** + **software**), cewebrity (**celebrity** + **web**). Поширеність вищеперерахованих моделей словотвору, на нашу думку, можна пояснити тим, що це економний спосіб відбиття комплексних характеристик предметів та понять у досить короткій формі. Серед досліджуваних інновацій відносно високу активність має також явище словоскладання. Процес утворення композитів здійснювався за моделями: N + N (blog book, grid-computing, Inter-

net ghetto, netwar, password fatigue) та - Adj + N (audioblog, audioblogger, audioblogging, nastygram). У лексико-семантичній групі, яка пов'язана з комп'ютерними технологіями зафіксовано як багатокомпонентні словосполучення: chief content officer, chief hacking officer, chief knowledge officer, так і двокомпонентні: default application, digital entertainment, digital dividends з найчастотнішою моделлю типу Adj + N. Утворення і вживання термінологічних словосполучень, на нашу думку, є функціонально виправданим, оскільки вони більш точно описують процес або об'єкт, ширше розкривають поняття.. Серед «комп'ютерних» інновацій було виявлено специфічний тип складених аббревіатур з цифровим символом у їхньому складі B2B, B2B2C, C2B2C, C2C, літерну аббревіатуру UMPC (**ultra-mobile personal computer**) та наступні акроніми: CAPPS II, Matrix, Spit, Wi-Fi. Активність процесу утворення дієслів-інновацій від іменників шляхом «зворотної деривації» (віднімання суфікса) є відносно низькою: audioblogger (*n*), audioblogging (*n*); audioblog (*v*). Наступним способом поповнення аналізованої лексико-семантичної групи інновацій є конверсія: audioblog, (*n*) → audioblog, (*v*); blog, (*n*) → blog, (*v*). Створення конверсійних інновацій здійснено за моделлю N→V. Словотвірний аналіз досліджуваного корпусу комп'ютерних інновацій дозволяє зробити наступні висновки: найпродуктивнішим способом словотвору є афіксація, причому зафіксовано активне функціонування унікальних за своїми властивостями та ознаками афіксів, характерних лише для комп'ютерних інновацій англійської мови (e-, dot-), які Р. К. Махачашвілі пропонує ідентифікувати як «хибні морфеми» [7, 6]. Наступними продуктивними способами є складання, зокрема словоскладання, утворення словосполучень. Малопродуктивними способами словотвору серед досліджуваних комп'ютерних інновацій виявились зворотне словоутворення (реверсія), аббревіація та конверсія. Вплив тенденції до мовної економії зумовив появу складних слів та аббревіатур.

### Список літератури:

1. Гінзбург Р. С., Позднякова Н. Г. Словарь новых слов Барнхарта и некоторые наблюдения над пополнением словарного состава современного английского языка. / Р. С. Гінзбург, Н. Г. Позднякова //Иностранные языки в школе. – 1975. - №3. – С. 15-22.
2. Головин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах. / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М.: Высшая школа, 1987. – 104 с.
3. Гринев С. В. Введение в терминографию. / С. В. Гринев. – М.: Высшая школа, 1996. – 161 с.

4. Дубенец Э. М. Неологизмы в английском языке. / Э. М. Дубенец. // Иностранные языки в школе. – 1991. -№6. – С. 90-92.
5. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. / Ю. А. Зацний, А. В. Янков. – Вінниця: Нова Книга, 2008. – 360 с.
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
7. Махачашвілі Р. К. Лінгвофілософські параметри інновацій англійської мови у сфері новітніх технологій: Автореферат дис.... Канд. філолог. наук / Р. К. Махачашвілі. – Запоріжжя, 2005. - 20 с.
8. Мешков О. Д. Словообразование современного английского языка. О. Д. Мешков. – М.: Наука, 1976. – 248 с.
9. Соколова І. В. Функціонування комп'ютерних неологізмів англійської мови в аспекті глобалізації суспільства. / І. В. Соколова. // Вісник СумДУ. - №3. – Львів. – 2006. – С. 156 – 162.
10. Шелов С. Д. Термины, терминологичность и значение. / С. Д. Шелов // Научно-техническая терминология. - 1991. – Вып. 1. – С. 27-32.
11. Щерба Л. В. Очередные проблемы языковедения. / Л. В. Щерба //Известия АН СССР. Отделение литературы и языка. – М., 1945. – Т.4, вып. 5.
12. Martincová O. Problematika neologismů v současné spisovné češtině. / O. Martincova. Praha, 1983. – 160 s.
13. Abley M. The Prodigal Tongue: Dispatches from the Future of English, 2008; Innowacje w językach wschodniosłowiańskich, 1997.
14. Mair C. Twentieth-Century English: History, Variation and Standardization, 2006.
15. Zybatow L. Russisch im Wandel. Die russische Sprache seit der Perestrojka. Wiesbaden, 1995.
16. Андрусяк І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: Дис. канд. філол. наук. / І. В. Андрусяк. – Ужгород, 2003. – Режим доступу: URL : <http://www.lib.ua-gu.net/inode/3090.html>
17. Жукова Л.К. Некоторые аспекты акронимов в компьютерной терминологии. / Жукова Л. К., Котов Б. Н. – Культура народов Причерноморья. – 2005. - №76. – С.42-46. Режим доступу: URL : [http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp76/knp76\\_46-50.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp76/knp76_46-50.pdf)

*Хоменко Олександра Костянтинівна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ

В сучасному світі є велика різноманітність комп'ютерних систем, ціллю яких є перевірка та оцінка знань студента в певній області. Суттєвий відсоток цих систем націлений на перевірку знань іноземної мови. Але попри різноманіття немає ідеальної системи, всі вони мають як переваги, так і недоліки. Тому і варто визначити найбільш розповсюджені проблеми та проаналізувати можливі шляхи їх вирішення.

Проблема вдосконалення освіти з використанням інформаційних і комунікаційних технологій розробляється С.В. Панюковою, Е.С. Полат, Е.А. Ямбургом, С. Пейперт. Протириччя між збільшеним освітнім потенціалом цифрових середовищ, здатним сприяти підвищенню ефективності навчання і недостатнім рівнем впровадження їх у систему освіти і спричинило проблему дослідження.

**Актуальність дослідження** проблем вивчення іноземних мов зумовлена тим, що сучасний світ стає все більш тісним і динамічним, вимагаючи від людини все більшої обізнаності і комунікабельності, а тому володіння іноземними мовами є важливим компонентом загальноосвітньої і професійної підготовки спеціалістів. Однак нинішній стан підготовки студентів в цілому не забезпечує достатній рівень володіння іноземними мовами. Тому багато фахівців досліджують шляхи підвищення ефективності навчання. Одним із основних шляхів цього є застосування комп'ютера. Суттєво поліпшити ситуацію у сфері навчання іноземних мов комп'ютер може завдяки тому, що він має можливість стимулювати всі види активності, починаючи від читання і закінчуючи комунікацією, дозволяє застосовувати широкий діапазон учбових задач із різноманітною за модальністю формою подання інформації, а також оперативний зворотний зв'язок, який відіграє дуже важливу роль у вивченні іноземної мови. Отже, комп'ютерне навчання дає змогу об'єктивно оцінювати рівень знань людини.

**Мета роботи** – на основі аналізу методичної літератури та мультимедійних програм за даною темою дослідити принципи реалізації комп'ютерних систем перевірки знання та їх види.

**Завдання:**

- дослідити програмне забезпечення як засіб підвищення ефективності навчання;
- дослідити класифікацію програмного забезпечення;
- визначити області в яких комп'ютеризація матиме значний вплив на навчальний процес.

Ефективне застосування комп'ютерів у навчальному процесі цілком залежить від якості й концептуальної основи закладеної в ПК програми. Часто в основу систематизації типів програм покладений принцип незалежності, що відповідає педагогічним міркуванням. Незалежність у цьому випадку припускає здатність учнів брати участь у визначенні цілей і змісту своєї діяльності, впливати на процес навчання й управляти застосовуваними засобами, тобто устаткуванням і програмами. Класифікація програм складається по висхідній: від тих, які структурують роботу й навчання, до тих, які дозволяють робити це самим учнем [1: 118].

Керуючі програми виконують ряд традиційних функцій учителя, зокрема керування в класі. Вони містять команди, що не тільки стосуються роботи на комп'ютері, але й, наприклад, дають різні вказівки учням для того, щоб щось перевірити.

Навчальні програми направляють навчання, виходячи з наявних знань і індивідуальних здатностей. Ці програми припускають засвоєння нової інформації.

Діагностичні (тестові) програми, призначені для діагностування, оцінювання знань, здатностей, умінь.

Тренувальні програми розраховані на повторення або закріплення пройденого навчального матеріалу.

Імітаційні програми представляють той чи інший аспект реальності за допомогою обмеженого числа параметрів для вивчення його основних структурних або функціональних характеристик.

Моделюючі програми вільної композиції надають у розпорядження учня основні елементи й типи функцій для моделювання певної реальності.

Програми типу «мікросвіт», схожі на імітаційно-моделюючі, однак не відбивають реальність; в ідеалі - уявлюване навчальне середовище, створюване при участі викладача.

Інструментальні програмні засоби забезпечують виконання кон-

кретних операцій, наприклад, обробку тексту, складання таблиць, редагування графічної інформації.

Приведена класифікація дозволяє вірніше визначити дидактичну функцію програми при плануванні комплексного й тривалого навчання [3: 70].

В області викладання іноземних мов існує величезна кількість програмного забезпечення для вивчення безпосередньо мови:

1. Програми загального характеру, що припускають навчання всім видам мовної діяльності: читанню, говорінню, аудіюванню та письму.

Таких програм існує величезна кількість. Наведемо, як приклад, деякі з них.

Навчальний курс Reward зарекомендував себе ще в традиційному вигляді, але вже кілька років вчителі та учні можуть скористатися електронною версією цього курсу Reward Interactive. Користувачам доступна система дистанційного навчання через Інтернет. Відміною рисою цього курсу від подібних є те, що в нього включаються письмові вправи творчого характеру, перевірити які може тільки живий викладач, можливе спілкування в реальному часі, причому не тільки в текстовому, але й у голосовому режимі (у програмі ця функція називається «Форум»). Крім того, курсом передбачені мережеві ігри й одержання учнями останніх новин англійською мовою.

2. Програми, що забезпечують навчання одного з аспектів мови: фонетиці, граматиці.

Найбільш відомими програмами цього пункту є Professor Higgins. Англійський без акценту - навчання фонетиці англійської мови. Особливістю цієї програми є порівняння власної вимови з еталонним не тільки на слух, але й візуально.

3. Програми, що забезпечують навчання одному-двом видам мовної діяльності. Такі програми з'явилися порівняно нещодавно.

Як приклад можна привести програму серії English Reading Club, що включає кілька літературних додатків, які оформлені таким чином, що текст можна читати, слухати (всі тексти озвучені англійськими носіями мови), коректувати вимову за допомогою вбудованої відомої методики Re-Wise. Крім цього, після кожного розділу можна знайти спеціальні вправи, спрямовані на розвиток основних мовних навичок - на перевірку розуміння прочитаного, закріплення граматичних конструкцій, активізацію нових слів, прогнозування сюжету й т.п.

3. Різні довідкові матеріали в електронному виді.

4. Словники. Найбільш відомими є словники сімейства АBBYU Lingvo, Oxford, Longman.

5. Енциклопедії: Britannica Encyclopedia, Microsoft Encarta Encyclopedia Standard.

Для орієнтації в такій кількості програмного забезпечення вчитель повинен навчитися аналізувати програми на технічному, ергономічному, психолого-педагогічному й інтерактивному рівнях.

Вважається, що комп'ютеризоване або дистанційне навчання сильно поступається традиційному навчанню з викладачем. Але це не завжди так.

Слід відзначити переваги використання комп'ютерних технологій для роботи із текстом:

а) читання іншомовного тексту на комп'ютері, що характеризується швидкістю й поверховістю (існуюче розходження між сприйняттям тексту на папері й на екрані пов'язане з віковими й психолого-педагогічними особливостями студентів);

б) комп'ютерна форма презентації матеріалу вчить користувача не тільки вибору оптимальних форм подання на екрані різних видів інформації, але й організації переданого повідомлення (створенню гіпертексту), пошуку засобів виділення головної інформації й т.д.;

в) можливість розширення знань з країнознавства;

г) удосконалення професійної мультимедійної компетенції, розвиток навичок роботи з текстовими програмами;

д) підвищення ступеня обліку ергономічних вимог до навчальних матеріалів: учень може сам вибирати кольори й розмір шрифту, забирати або додавати малюнки, змінювати кольори, використані для оформлення тексту, підбирати ступінь яскравості й контрасту, вибирати символи розмітки;

е) вивчення отриманого шаблону роботи з текстом, можливість використання отриманих матеріалів і надбання знань у майбутньому [2].

Також можна використовувати комп'ютерні технології для створення комп'ютерних курсів. Основні положення для їх створення можна сформулювати так:

- вузька орієнтація навчання й у зв'язку із цим мінімізація й конкретизація цілей навчання;

- забезпечення індивідуалізації навчання й орієнтацію на автономне навчання;

- опора на знання й досвід учнів;

- навчання на матеріалі тематики, що враховує потреби даної категорії учнів [4: 12].



Основна проблема створення мультимедійних курсів полягає в створенні матеріально-технічної бази, що відповідає сучасному рівню розвитку мультимедійної техніки. У випадку, якщо навчальний заклад в стані вирішити це завдання, виникає дві взаємозалежних проблеми: організаційно-методична та психологічна.

Отже, інформаційні технології дозволяють

- побудувати навчальну систему, яка забезпечує кожному студенту власну траєкторію навчання;
- докорінно змінити організацію процесу навчання учнів, формуючи в них системне мислення;
- раціонально організувати пізнавальну діяльність студентів у ході навчально-виховного процесу;
- використати комп'ютери з максимальної об'єктивності оцінювання успішності студента.

#### **Список літератури:**

1. Бабанський Ю. К. Оптимізація процесу освіти / Ю. К. Бабанський. – К. : Рад.школа, 2007. – 198 с.
2. Гаврилов Б. В. Плюсы и минусы компьютеризированного обучения иностранным языкам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://linguact.hyperlink.ru/articles/gavrilov.html>
3. Лаутербах Р. Программное обеспечение процесса образования / Р. Лаутербах, К. Фрей// Перспективы. Вопросы образования. – 1988. – № 3. – С.70-79.
4. Руденко-Моргун О.І. Комп'ютерні технології як нова форма навчання / О. І. Руденко-Моргун // Іноземні мови в школі. – 2001. – №2. – С.12.

*Хотюк О. Б.,*

*Національний університет «Острозька академія»*

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ПОНЯТТЯ «НЕДУГА»

Мова членує світ, що існує у свідомості людини у вигляді системи понять. Мова формує світогляд людини. Лексичний склад – найбільш мінливий, нестійкий компонент мови. Він безпосередньо відображає життя народу й реагує на будь-які зміни в житті народу. Добре знати мову – означає вміло послуговуватися її багатством та з допомогою мови відкрити для себе неосяжний світ знань. У процесі вивчення мови велику роль відіграє знання семантики слова та сталих словосполучень.

Дослідження лексичного складу будь-якої мови є надзвичайно важливим. Тема семантичного поля продовжує бути актуальним, оскільки семантичні та структурно-семантичні зв'язки слів відображають актуальні для людини й соціуму зв'язки та відносини між предметами і явищами дійсності, її реальними й ідеальними об'єктами і, тим самим, передають особливості національного світосприйняття, даючи індивідууму моделі світобачення і світорозуміння. Семантичний аналіз лексики, що належить до певної тематичної групи (зокрема медичної) привертає увагу багатьох видатних мовознавців, таких як Л. А. Лисенка, А. О. Білецького, О. Д. Пономарева, М. М. Покровського, О. І. Смирницького, О. О. Потєбні В. В. Виноградова, І. Серезневського та інші [1: 243].

Зважаючи на те, що в останні десятиліття у мовознавстві набирають сили дослідження, які спрямовані на дослідження семантики слів, стало необхідним здійснити аналіз лексичних одиниць на позначення недуга.

**Об'єктом** дослідження є медична лексика, що використовується на позначення недуга, зафіксована у словниках англійської мови.

**Предметом** дослідження є семантичні та стилістичні властивості медичної лексики, зафіксованих у словниках англійської мови.

**Метою публікації** є встановити семантичні властивості лексичних одиниць зафіксованих у словниках англійської мови на позначення недуга шляхом визначення їх значень та їх групування.

Так, розглядаючи поняття недуга (illness), варто звернути увагу на те, що це поняття має низку синонімів, а саме: *sickness, ill health, trouble*. Абсолютним синонімом до поняття недуг (illness) є *sickness* [4: 773].

Для того щоб визначити семантику слова *недуга* звернемося до тлумачних словників. Так, словники Merriam-Webster's Online Dictionary та Oxford Advanced Learner's Dictionary подають наступні значення цього слова:

- 1) стан фізично чи психічно хворого;
- 2) вид та період хвороби [4: 773].

В англійській мові поняття недуга (illness) тісно пов'язане з поняттям *disease*, що у свою чергу має значення певної конкретної хвороби, що уражає певну частину тіла.

У межах лексико-семантичного поля недуга ми виділили 4 лексико-семантичні групи на основі виокремлених у різних словниках слів та виразів:

- 1) науки про хвороби: *pathology, etiology, nosology*;

- 2) стан: *delicacy, loss of health, invalidation, cachexy; cachexia, atrophy, marasmus; indigestion, dyspepsia; decay; decline, consumption, palsy, paralysis, prostration* [5: 303];

- 3) назви хвороб людини;

- 4) ветеринарія: *anthrax, bighead; blackleg, blackquarter; cattle plague, glanders, mange, scrapie, milk sickness; heartworm, feline leukemia, roundworms; quarter-evil, quarter-ill; rinderpest* [5: 302].

Досліджувана медична лексика складає основу сучасної медичної терміносистеми, що є однією з найдавніших професійних терміносистем, але залишається й до нині маловивченою на різних етапах розвитку англійської мови. Проаналізоване лексико-семантичне поле дає нам чіткіше уявлення про лексичні одиниці на позначення недуга. Можна зробити висновок, що лексична одиниця *недуга* є багатограним поняттям, що поділяється на 4 групи. Матеріали й результати дослідження можуть знайти застосування у сучасній англійській медицині, у вищих навчальних закладах. Результати аналізу семантичних структур розглянутих лексем можуть бути використані для укладання медичних словників англійської мови.

### Список літератури:

1. Арнольд И.В. Лексико-семантическое поле в языке и тематическая сетка текста // Арнольд И.В. // Семантика. Стилистика. Интертекстуаль-

ность: Сб.ст. / Науч.ред. П.Е.Бухаркин. - СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. - С.250 - 259.

2. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика: Синонимические средства языка. — М., 1974 – 381 с.

3. Будагов Р.А. Толковые словари в национальной культуре народов. – М.: МГУ, 1989. 151 с.

4. Oxford Advanced Learner’s Dictionary. – Oxford, 2005. – 1780 p.

5. Roger’s Thesaurus of English words and Phrases, London, 1994. – 997 p.

6. Wehmeier S. Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English. – Oxford, 2003. – 1600 p.

*Tsyganok A. O.,*

*Kamyanets-Podilsky Ivan Ohienko National University*

## THE SEMANTIC ANALYSIS OF THE CONCEPT SACREDNESS IN JAMES JOYCE'S NOVEL «THE PORTRAIT OF THE ARTIST AS A YOUNG MAN»

While starting the semantic analysis of the given concept we are to define the various senses it may have, either salient (prototypical) or marginal (fuzzy). Undoubtedly we should not ignore vagaries of mental processing; temporal and mental energy domains; previous experience and attitudes and many other less tangible factors determining cognitive processing. Semantic change occurs in the polysemy network when one of the links (probably a local prototype) becomes detached by being raised to the status of a new global prototype in a network of its own. The study of semantic change may also offer insights into semantic knowledge. The way meanings change must be explicable on the basis of the way meaning is represented in the mind [1].

Our *aim* is to analyze the semantic constituents of the concept SACREDNESS and figure out the prototypical and marginal components.

Stephen Dedalus, the main character of the novel, read a flyleaf from the bottom to the top till he came to his own name. That was he: he read the page again. e.g. *Fly-leaf on Geography: Stephen Dedalus Class of Elements Clongowes Wood College Sallins County Kildare Ireland Europe The World The Universe* [2: 18].

Thus, the prototypical effects of the concept SACREDNESS are its related senses, mainly: **Universe** [L. Universum, the universe, whole, universal, lit. “turned into one”<unus, one, versus, pp. of vertere, turn]; **primary domain:** space; **image schematic representation:** polysemy (in the following examples it is possible to denote the extension of the primary meaning interfacing the self concept in the context).

**Strange** [O.Fr. estrange,<L. extraneous, that is without, foreign]; **primary domain:** perceptual saliency; **image schematic representation:** polysemy e.g., *All the boys seemed strange to him The Altar in wood... strange and holy place* [2: 13].

**Heart** [OE heorte=D. hart=G. herz=Icel. hjarta=Goth. hairto, heart;<L. cor(cord), Gr. kardia & ker, heart]; **primary domain:** substance; **image schematic representation:** polysemy, metaphor, e.g., *Stephen was sick in his heart, if you could be sick in this place* [2: 14].

**Big** [origin uncertain]; **primary domain:** amount of substance; **image schema:** polysemy e.g., *But was there anything round the Universe... It was very big to think about everything and everywhere. Only God could do that. He (Stephen Dedalus) tried to think what a big thing the universe must be; but he (S.D.) could only think of God — a big thing (the Universe) — a big thought* [2: 17].

**God** [O.E. god=D. god, Icel. guth, Dan.& Sw. gud, Goth. guth, G. gott, God, root unknown]; **primary domain:** entity; **image schema:** synonymy (related meaning of different forms within one field—the saint entity), e.g., *God* was God’s name just as his name was Stephen. *Dieu* was the French for *God* and that was *God’s* name too; and when anyone prayed and said *Dieu* then *God* knew at once- that it was a French person that was praying. But though there were different names for *God* in all the different languages in the world and *God* understood what all the people who prayed said in their different languages, still *God* remained always the same *God* and *God’s* name was *God* [2: 17].

So, we may summarize that even a superficial examination of the varied data collated above prove the importance of perceptual and experiential saliency, which in most cases can be described as a trajectory/landmark relation. Many of the lexical units are described not only in terms of their etymological and morphological structure, but also in terms of image schema and primary domains. In this way the effect of the environment on semantic structure will be largely filtered through the speakers’ cognitive systems.

#### Literature:

1. Jackendoff R. Language of the mind: Essays on mental representation.— Cambridge (Mass.), 1992.
2. James Joyce. “The Portrait of the Artist as a Young Man”. – PENGUIN BOOK, 1996. – 288 p.

*Цірук Юлія Сергіївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЛЕКСИЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ ДОЗВІЛЛЯ ЗАСОБАМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Вивченням зв'язків між мовою та внутрішнім світом людини займається когнітивна лінгвістика, базовим терміном якої є концепт - абстрактне уявлення про певне явище дійсності в процесі мислення, яке знаходить своє відображення у різноманітних мовних засобах [1: 268]. Особливу увагу науковців приваблюють концепти, які відіграють важливу роль в житті людини. До таких належить, зокрема, концепт ДОЗВІЛЛЯ.

**Актуальність дослідження** зумовлена загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на розгляд мовних одиниць з урахуванням інформації, знань про світ та уявлень, які ці одиниці репрезентують. У процесі обробки інформації з даної тематики було виявлено, що концепт ДОЗВІЛЛЯ недостатньо розроблений у працях вітчизняних та іноземних дослідників.

**Об'єктом дослідження** є вербалізований в сучасній англійській мові концепт ДОЗВІЛЛЯ, а також семантична інформація, закладена у мовних засобах його вираження.

**Предмет дослідження** – це різнорівневі мовні засоби вираження концепту ДОЗВІЛЛЯ в сучасній англійській мові: окремі лексеми, словосполучення, усталені конструкції, метафори та фразові дієслова.

У ході дослідження були застосовані такі загальнонаукові **методи** як абстрагування, аналіз, дедукція та моделювання; лінгвістичні методи як концептуальний аналіз, лексико-семантичний аналіз та аналіз словникових дефініцій.

**Джерельну базу дослідження** склали наукові праці видатних лінгвістів Аскольдова, Карасика, Маслово, Лихачева, Попової, Таценка та ін., а також ряд словників англійської мови (як друковані видання, так і інтернет ресурси: LDoCE, OCDSE, Roget's Thesaurus, Wiktonary-Open Content Dictionary).

Дослідження дефініцій ДОЗВІЛЛЯ в різних лексикографічних джерелах англійської мови дозволило визначити ядро та периферію

концепту та виділити основні його смислові компоненти, а саме: 1) вільність, доступність, 2) діяльність чи бездіяльність для задоволення, 3) невимушеність, зручність, 4) повільність, неквапливість, 5) відпочинок.

Ця смислова різноманітність виражена в англійській мові розмаїттям мовних засобів. Кожна з смислових груп включає велику кількість лексем, що належать до різних лексико – граматичних класів, а саме:

- іменники: *leisure, time off, time out, recreation, hobby, leisure activities, leisure facilities, leisure industry, game, sightseeing, clubbing, inactivity, relaxation* [2; 3];

- дієслова: *to have leisure, to take one's leisure; to do something (to do gardening); to go doing something (to go jogging); to repose, to relax, to have a vocation* [2; 3];

- прикметники: *leisurely, at leisure, at one's ease, free, unoccupied, relaxed* [2; 3].

Концепт ДОЗВІЛЛЯ є настільки об'ємним, що неможливо виділити абсолютно всі лексеми, які його наповнюють, тому він потребує подальшого дослідження.

### Список літератури:

1. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М.: 1997. – с.267-279

2. Longman Dictionary of Contemporary English/ [director Della Summers]. – new ed.p.cm. – Pearson Education Limited, 2005. – 1950 p.

3. Oxford Collocations Dictionary for Students of English, second edition (CD-ROM in pack) Oxford University Press, Great Clarendon Street, Oxford OX2 6DP, UK

4. Wiktonary-Open Content Dictionary. Шлях до ресурсу: [http://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Frequency\\_lists](http://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Frequency_lists)



*Цурукіна Ганна Андріївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## **КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ**

У зв'язку зі світовими інтеграційними процесами, до яких все більше прилучається Україна, зростає роль іноземних мов, особливо англійської мови. Науковці і педагоги шукають ефективних прийомів, методів та засобів навчання іноземних мов. На переконання багатьох вчених і педагогів-практиків провідну роль у розвитку навичок оволодіння іноземною мовою відіграють технічні засоби слухової, зорової і зорово-слухової наочності.

Використання технічних засобів навчання, в тому числі комп'ютерних програм, не лише розширює стандартну програму навчання іноземних мов, але й робить її цікавішою і різноманітнішою, мотивуючи студента до плідної співпраці з викладачем. Комп'ютерні програми також полегшують роботу вчителя, оскільки він працює індивідуально з кожним учнем, знаходить до нього індивідуальний підхід, підвищуючи його рівень знань. Слід додати, що такі комп'ютерні програми допомагають розвивати і необхідні пізнавальні процеси, такі як сприйняття, логічне мислення, пам'ять, уява. Окрім того, комп'ютерні технології забезпечують вищий ступінь інтерактивності навчання, ніж робота в класі або в лінгафонному кабінеті.

Варто зазначити ще одну позитивну рису використання комп'ютерних технологій, а саме його ефективність під час контролю знань. Під час тестування комп'ютер неупереджено ставиться до всіх учнів або студентів, тому об'єктивність виставленої оцінки є беззаперечною. Однак сьогодення ситуація з розробкою програмного забезпечення для освітніх цілей, зокрема в Україні, є нестабільною.

Як показує досвід інших країн, таких як США, Німеччина, Польща, Болгарія, Чехія, Росія, використання комп'ютерних технологій у навчальній практиці значно полегшує та урізноманітнює сам процес навчальної діяльності. Комп'ютерна підтримка навчання іноземних

мов, яка носить назву Computer-Assisted Language Learning (CALL), що передбачає використання аудіо- та відео засобів та спеціальних програм під час вивчення нерідної мови, допомагає підвищувати мотивацію учня, нівелює його страх перед певною модульною роботою, а також допомагає вчителю зекономити час та об'єктивно оцінити знання кожного.

Отже, використання мультимедійних програм під час навчального процесу є одним із засобів, які перетворюють вивчення іноземної мови на цікавий і творчий процес. Комп'ютер відкриває перед учнями широкі можливості у доступі до різних джерел інформації (зокрема, завдяки розвитку мережі Інтернет), мотивує до учіння, надає змогу вибрати індивідуальний темп навчання, сприяючи кращому оволодінню іноземною мовою. Таким чином, використання комп'ютерних технологій повинно стати невід'ємною частиною учбового процесу у всіх навчальних закладах нашої держави.

#### **Список літератури:**

1. Кужель О.М., Коваль Т.І. Використання персонального комп'ютера у вивченні іноземних мов // Нові інформаційні технології навчання в навчальних закладах України: Науково-методичний збірник: – Вип.8: Педагогіка / Редкол.: І.І.Мархель (гол. ред.) та ін. – Одеса: Друк, 2001.
2. Романенко Л.В. Використання мультимедійних технологій у вивченні англійської мови // Комп'ютер у школі та сім'ї. 2004. -№5. – 179 с.
3. Нісімчук А.С., Падалка О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Просвіта», «Книга пам'яті України», 2000. – 368 с.
4. Ротмистров Н.Д. Мультимедиа в образовании // Информатика и образование. –1994. – №4.
5. Международная конференция CALL – Computer Assisted Language Learning; Казань, 25 – 30 июня 1990 г.: Тез. докл. – Казань: КГУ, 1990. – 115 с.

*Цьомик М. П.,*

*Національний університет "Острозька академія"*

## СЕМАНТИЧНИЙ ТА СТРУКТУРНИЙ АСПЕКТИ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Семантична природа терміна характеризує його внутрішню суть та демонструє його зв'язок із предметом чи явищем, яке він позначає. Оскільки інтенсивний розвиток різних сфер людської діяльності зобов'язує кожного приділяти особливу увагу культурі мови в рамках науково-технічної комунікації, то питання семантико-граматичної організації терміна стає актуальним питанням сьогодення.

Внутрішню природу терміна досліджували такі лінгвісти як Б. М. Головін, І. В. Арнольд, І. Р. Гальперін, А. М. Мороховський та ін. Кожен з них по-своєму трактував семантичні особливості термінів.

**Мета статті** – розкрити специфіку семантичної природи терміна. А також в процесі дослідження значеннєвих особливостей термінів, стисло проаналізувати семантичні процеси в термінології.

Активний розвиток цивілізації, а саме урізноманітнення сфер людської діяльності супроводжується появою нових предметів та явищ, які потребують номінації. Таким чином, результатом та знаряддям окремих сфер людської комунікації є термін, в основі якого обов'язково лежить дефініція позначуваної ним реалії. Багато лінгвістів виокремлюють номінативність термінологічних одиниць, аналізуючи функціональний потенціал термінів. Однак номінативність не є характерною ознакою, яка відокремлює термін від решти слів, оскільки будь-яка мовна одиниця – слово чи речення є номінативними, адже вони дають назви предметам та явищам навколишнього середовища.

Існує два підходи до трактування внутрішньої природи терміна: субстанційний та функціональний. Прихильники першого вважають, що термін – це особливий знак, щось на кшталт математичного символу, основною характеристикою якого є однозначність та відповідність граматичній структурі. Функціоналісти, зокрема, Г. О. Винокур вважає, що найбільш диференціюючою ознакою терміна є те, що він виражає спеціальне професійне поняття. Наприкін-

ці ХХ століття Б. М. Головін дослідив семантичну структуру терміна в порівнянні з загальноновживаними словами. Було з’ясовано, що значення слова терміна співвідносить його не з окремим предметом, а з цілою їх сукупністю, класом, тоді як значення загальноновживаного слова передусім пов’язане з конкретним предметом. Окрім того термін позбавлений емоційного забарвлення, що аргументується його роллю інформативного ядра науково-технічної комунікації. Також слово-термін є інструментом комунікації в певній сфері людської діяльності, а тому потребує адаптації в даній галузі, на відміну від загальноновживаних слів [2: 43].

Семантична структура терміна-словосполучення має свої особливості. Терміни-словосполучення можуть бути багатозначними. У смисловому аспекті терміни-словосполучення є цілісними лексичними одиницями і поділяються на три типи. До першого належать словосполучення, в яких усі компоненти є словами спеціального словника. Кожне з них самостійне і може вживатися окремо, зберігаючи своє значення. Однак, термін-словосполучення, що складається з цих компонентів, набуває нового значення, яке має смислову самостійність. До другого типу належать терміни-словосполучення, в яких один компонент є технічним терміном, а другий – словом загальноновживаної лексики. До третього типу належать терміни словосполучення, обидва компоненти яких – слова загальноновживаної лексики.

Оскільки однією із функцій терміна є визначення особливого поняття, то це означає, що в термінології відбуваються такі ж лексико-семантичні процеси як і в загальнолітературній лексиці, а саме: полісемія, омонімія, антонімія, та гіпонімія. Розглянемо їх детальніше.

Як свідчить О. С. Ахманова, полісемія – це наявність в одного і того ж слова кількох взаємопов’язаних значень, які як правило виникають в результаті видозміни і розвитку першого значення цього слова [1: 461]. Явище полісемії є одним із семантичних процесів, які ускладнюють спілкування, адже існує значна кількість полісемічних термінів в гуманітарних та природничих науках, в техніці.

Омонімія – це звукове співпадіння декількох мовних одиниць, які характеризуються різним значенням. В термінології найбільш поширена міждисциплінарна термінологічна омонімія. Однак дане явище не є перешкодою для комунікації, адже терміни-омоніми існують в різних галузях, а тому їхні значення, як правило, не перетинаються.

Явище антонімії в термінології є одним із регулярних принципів номінації понять з протилежним значенням.

Гіпонімія, за визначенням Л. А. Новікова, це родо-видові відношення лексичних одиниць. При цьому виокремлюють два види слів: гіпоніми, які виражають видові поняття та гіпероніми, які окреслюють родові. В термінологіях передаються системні відносини між професійними поняттями, при чому зміст видового поняття виявляється ширшим, ніж зміст родового, а об'єм – навпаки [3: 205].

Таким чином, семантична природа терміна обумовлюється його належністю до певної сфери людської діяльності. Значення слова-терміна потребує адаптації, в галузі його виникнення, тоді як слово загального вжитку засвоюється поза рамками професійної комунікації. Однак найкраще семантичні особливості терміна відображаються у лексико-семантичних процесах: полісемії, омонімії, антонімії, та гіпонімії.

#### **Список літератури:**

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: Высшая школа, 1966. – 704 с.
2. Головин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М.: Высшая школа, 1987. – 103 с.
3. Новиков Л. А. Семантика русского языка / Л. А. Новиков – М.: Знание, 1982. – 366 с.

*Черненко Юлія Олександрівна,  
Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов*

## ШЛЯХИ РОЗВИТКУ АРГУМЕНТАЦІЇ У ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ)

Аргументація – це логічний процес або форма розумової діяльності, що спрямована на доказ істинності або хибності висловлювання. У французькій мові послуговуються чотирма дієсловами для реалізації поняття аргументувати: *argumenter*, *convaincre*, *délibérer*, *persuader*. Ці синоніми мають спільні та відмінні семи. Так, предикат *argumenter* вживається на позначення бажання мовця довести думку, яку він прагне повністю або частково нав’язати адресату. Для цього мовець апелює до його розуму, почуттів та емоцій. Аргументувати (*argumenter*) синонімізується зі сприйняттям інших точок зору, що відрізняються від власних, і які становитимуть предмет дискусії. Існує думка, що основою аргументації є кількість аргументів. Втім, французький прозаїк і поет граф Лотреамон справедливо зауважував: “Le meilleur moyen de persuader consiste à ne pas persuader” / “Найкращий спосіб переконати не переконуючи” [Переклад наш]. Відтак, варто добре обмірковувати кожен аргумент: наскільки він серйозний та вагомий. Оптимальною кількістю аргументів при доведенні тези можна вважати три: перший аргумент – це просто факт, два аргументи все таки можна спростувати, а три аргументи спростувати майже неможливо, тому що третій аргумент – це третій удар. Втім, починаючи з четвертого аргументу, аудиторія, здебільшого, сприймає його не як складову певної системи, а як своєрідний пресинг. Предикат *convaincre* позначає процес переконання через апеляцію до аналітичних та критичних здібностей людського розуму задля отримання згоди після ретельного міркування. Предикат *délibérer* використовується на позначення процесу обговорення різних аспектів питання та прийняття рішення шляхом дискусії або роздумів. *Délibérer* маркує процес конфронтації різних поглядів задля будови вірної думки. Предикат *persuader* вживається тоді, коли переконання розгортається шляхом апеляції до почуттів та емоцій адресата. Аргументуючи, мовець посилається на спільні моральні й

культурні цінності. Експліцитними або імпліцитними засадами для аргументації мовець обирає систему мислення адресата та систему його моральних чеснот. Йдеться про загальнолюдські цінності: чесність, рівноправність, справедливість, мужність, патріотизм тощо. Предикат *persuader* позначає процес експресивного переконання, що має на меті справити враження на адресата саме своєю експресією та пафосом. Чотири предиката, що різняться семантикою, формують різні літературні жанри і є властивими для різних текстових форм, пов'язаних з аргументацією. Так, дієслово *argumenter* є уживаним у діалогах, внутрішніх монологів. *Délibérer* є частиною лексичного поля публічних дебатів, промов суддів. З-поміж літературних жанрів слово *délibérer* співвідноситься з есе, діалогом та апологом (повчальна розповідь, оповідання, побудоване на алегоричному зображенні тварин, рослин). Предикат *persuader* властивий модально забарвленому патетичному дискурсу.

#### Список літератури:

1. Гавришина, И. Н. Функционально-коммуникативная специфика речевой аргументации (на материале текстов выступления во французском парламенте): Автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. Н. Гавришина / Моск. гос. лингв. ун-т. – М., 1991. – 27 с.

2. Doury M., Moirand S. L'Argumentation aujourd'hui. – P.: Presses de la Sorbonne, 2004.

3. Hample D. Modeling Argument // Advances in Argumentation. Theory and Research. USA, 1982.

*Черняховська Ольга Миколаївна,  
Національний університет «Острозька академія»*

## ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ ТЕРМІНОЛЕКСИКИ «SALES CONTRACT»

Мова – це складна система з чітко визначеними рівнями, між якими існують певні взаємовідношення і відбуваються різноманітні кореляції. Вивченням системних зв'язків лексики займалося багато науковців, зокрема Й. Трип, Ю. Н. Караулов, Ю. С. Степанов, А. А. Уфимцева, Г. С. Щур, Б. Ю. Городецький, В. П. Абрамов, Л. А. Новіков, А. В. Бондарко та інші науковці.

**Актуальність** цієї статті полягає в тому, що виконане дослідження доповнює вчення про організацію лексики в лексико-семантичному полі «Sales Contract».

**Метою** статті є аналіз мовних особливостей ЛСП «Sales Contract».

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення **наступних завдань**:

- Визначення поняття «лексико-семантичне поле» та його характерних особливостей;

- Дослідження термінолексики контракту купівлі-продажу.

**Об'єкт дослідження** – лексико-семантичне поле «Sales Contract».

**Предмет** – лінгвістичні особливості ЛСП «Sales Contract».

У сучасному мовознавстві лексико-семантичне поле визначається як семантико-парадигматичне утворення, що має певну автономність і специфічні ознаки організації: спільну нетривіальну частину у тлумаченні, ядро-периферійну структуру, існування зон семантичного переходу [1: 78].

Як зазначає І. М. Кобозева, семантичне поле має декілька основних властивостей:

1. наявність семантичних відношень (кореляцій) між словами;
2. системний характер цих відношень;
3. взаємозалежність та взаємообумовленість лексичних одиниць;
4. відносна автономність поля;



5. безперервність позначення його смислового простору;

6. взаємозв'язок семантичних полів у межах всієї лексичної системи [2: 41].

Важливим питанням у дослідженні лексики наукових галузей як складового елементу ЛСП є аналіз її головного поняття – терміна. Хоча в науці досі не існує єдиного погляду щодо цієї мовної універсалії, адже лінгвісти по-різному розглядають цю дефініцію. Під терміном, зазвичай, розуміється мовний засіб вираження спеціального поняття, що виконує номінативну функцію, зокрема дієслова та іменники.

Проаналізувавши контракти, ми встановили, що у термінолексиці ЛСП «Sales Contract» переважають синонімічні зв'язки, наприклад, *to provide – to supply – to maintain – to issue – to offer; to purchase – to get – to acquire – to obtain; to execute – to deliver – to perform – to implement; to encompass – to cover – to include – to incorporate – to contain*. Частота вживання зв'язків на основі антонімії значно менша, як-от: *to deliver – to receive; to terminate – to begin; Seller – Buyer; Supplier – Purchaser*. Крім того, наповнення контракту одиничними словами-зв'язками свідчить про те, що кожна лексема має спеціальне місце у полі. Наприклад, *hereinafter* заміняє «*referred to later in this document*» і ставиться перед скороченою назвою однієї із сторін контракту.

Отже, лексико-семантичне поле «Sales Contract» - це структура, що містить у собі чималу кількість слів та словосполучень, які пов'язані між собою різними видами зв'язків, зокрема синонімічними та антонімічними.

### Список літератури:

1. Денисова С.П. Типологія категорій лексичної семантики. – К.: Вид-во Київського держ. Лінгвістичного ун-ту, 1996. – 294с.;
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: учебник. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
3. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 1540 p.

*Шалова Ольга Ігорівна,  
Національний Технічний Університет України «КПІ»*

## **СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ВИСЛОВЛЮВАНЬ-ЗАХОПЛЕНЬ, ВЖИТИХ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ**

Розвиток сучасної лінгвістики відбувається на ґрунті комунікативно-прагматичного підходу, у межах якого значна увага приділяється дослідженню соціокультурних особливостей організації мовлення та мовленнєвої поведінки індивіда у процесі міжкультурної комунікації (див., напр., Бацевич Ф.С., Почепцов Г.Г., Селіванова Є.А.). За цих умов особливого значення набуває, зокрема, вивчення специфіки актуалізації емоційних висловлювань у реальних ситуаціях офіційного й неофіційного міжкультурного спілкування.

Тому метою нашої праці є систематизація різновидів висловлювань-захоплень, вжитих в англомовному дискурсі, які є найчастотнішими позитивно-оцінними емоційними висловлюваннями, типовими для мовленнєвого етикету англомовної культури.

У межах подальшого дослідження під висловлюванням-захопленням будемо розуміти одиницю комунікації з переважаючим емоційно-модальним значенням позитивної оцінки, утворену на основі єдності змісту й інтонації. Висловлювання-захоплення, як правило, мають певні лексико-граматичні та стилістичні особливості, комунікативно-функціональну спрямованість, конкретне прагматичне завдання і можуть виражатися імпліцитно або експліцитно за рахунок використання мовних засобів різних рівнів [2: 96].

Розглядаючи типові випадки вживання досліджуваних висловлювань, було встановлено, що захоплення можуть бути прямими або непрямими. Непрямий характер захоплення проявляється в межах конкретної ситуації та слугує імпліцитним засобом його реалізації. До різновидів непрямого захоплення відносять [1: 31]:

1. Захоплення у формі скарги, жалю: *“I wish to see your performances more often, but, alas, I can't afford this” (Sheldon).*

2. Захоплення через посилання на “авторитетну думку”: *“Senator Davis says you are one of the famous politicians in Washington.” Oli-*

*ver looked at him and said, "I'm flattered," and added, "Senator Davis speaks very highly of you, Mr. Mansini" (Sheldon).*

3. Захоплення у формі присмного здивування, викликаного неочікуваним результатом: *"I've never thought that he is so witty and brave. I was really surprised by his courage" (Hailey).*

4. Захоплення шляхом визнання переваг об'єкта позитивної оцінки над собою або над іншими (часто висловлена у формі похвально-го для адресата порівняння): *"You've expressed it better than I could," Arkady said (Smith).*

5. Захоплення у формі апріорного визнання в адресата позитивних якостей: *"I suppose you've made something marvelous at Imber. I'd like to be able to do that" (Murdoch).*

6. Захоплення у формі апеляції до авторитету і компетентності адресата (часто висловлена у формі прохання дати пораду або настанову): *"I would really appreciate your opinion – how would you do it?" (Smith).*

7. Захоплення-заздрість (висловлена у формі побажання мати або придбати щось, що належить адресату): *He examined the masterpiece for a long time and then said: "I'd like to have this picture for my collection" (Drabble).*

Наведені різновиди висловлювань-захоплень, типові для непрямих мовленнєвих актів, слугуватимуть підґрунтям для встановлення закономірностей їх перекладу на українську мову. Разом з тим, для вичерпного опису соціокультурних особливостей відтворення українською мовою захоплень як національно-специфічного елементу англомовного етикету необхідно здійснити їх подальшу класифікацію з урахуванням впливу певних мовних і позамовних чинників.

### **Список літератури:**

1. Клочко Л.И. Высказывания похвалы в системе английского языка // Вестник Международного Славянского ун-та. Сер. Филология. – 2002. – № 6 (5). – С. 31-37.

2. Manes J. Compliments: A Mirror of Cultural Values // Sociolinguistics and Language Acquisition / Ed. by N. Wolfson, E. Judd. – Rowley: Newbury, 1983. – P. 96-102.

*Шашлова Наталія Юрїївна,  
Національний університет „Острозька академія”*

## ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ СПЕЦИФІКИ РЕКЛАМИ

Сьогодні суспільство знаходиться в процесі безперервного розвитку та змін, тому складно уявити сучасне життя без реклами. Реклама грає в житті людини важливу роль. Вона впровадилася непомітно й поступово стала невід’ємною частиною нашого життя. Куди б ми не йшли, що б не робили, реклама постійно з нами. Це плакати, стенди, афіші, вітрини, календарі і буклети. Панівне місце вона назавжди зайняла на телебаченні й радіо, у газетах і журналах, а також у мережі Інтернет. Реклама – це один із найважливіших елементів маркетингових комунікацій, ефективний засіб впливу на аудиторію споживачів у процесі комунікації.

Аналізу мови в рекламних текстах приділяється порівняно мало уваги. Докладно проаналізовано, наприклад, стилістику рекламних текстів Д. Е. Розенталь, М. М. Кохтев, охарактеризовано мовні моделі побудови реклами Викентев І. Л., Медведева Е. В., Проніна О. С.

Актуальність статті визначається необхідністю вивчення рекламної лексики, як одного з складових компонентів успішності рекламної компанії, ефективність якої здебільшого залежить від мовного оформлення рекламного тексту.

Розглядаючи рекламу з точки зору лінгвістики виникає природна зацікавленість до мовних особливостей рекламного тексту.

Особливістю створення основного англomовного тексту є те, що оскільки рекламний текст, як правило, читають тільки один раз, причому в умовах дефіциту часу, то він повинен бути максимально ясний. Це основна вимога, що пред’являється до змісту словесної частини рекламного тексту, яка припускає, що словесний текст повинен бути правильний граматично і точний у слововживанні. Зважаючи на це, рекомендується будувати рекламний текст так, щоб в ньому переважала германська лексика. Як свідчать приклади, сучасні рекламні тексти містять (хоча це й не бажано) архаїзми, неологізми, жаргонізми та іноземні слова, оскільки вони можуть бути своєрідними атрак-

тивами і притягувати увагу до тексту. Речення рекомендується будувати не менше, ніж з десяти і не більше ніж з п'ятнадцяти слів. Така довжина речень вважається оптимально ефективною в рекламному тексті. При цьому рекомендується уникати вживання додаткових речень і герундіальних конструкцій.

Наступна група особливостей формується виходячи з необхідності порушити у читача бажання мати рекламований продукт. Вважається, що для досягнення цієї мети текст повинен створюватися з позицій і нібито від імені типового споживача рекламованого товару. Це означає, що в тексті не повинно міститися ніяких стилістичних особливостей, які дозволили б стверджувати, що даний текст створений якимсь певним автором. Інакше кажучи, в рекламному тексті забороняється створення образу автора. Стиль виконання словесної частини рекламного тексту повинен відповідати лише рекламованому товару, цілям рекламування і рівню розвитку потенційних споживачів даного товару.

У рекламознавстві наголошується, що порушити бажання мати рекламований продукт можна лише за умови, що текст не викликати у читачів ніяких негативних емоцій. Зважаючи на це, бажано, щоб в рекламних текстах були описані тільки позитивні властивості товару. Необхідно писати не про те, від яких незручностей позбавляє споживачів деякий продукт, а про те, які зручності він їм доставляє. Тому зрозуміло, що в рекламних текстах важливо не використовувати негативні твердження, або згадувати їх якомога рідше. Не рекомендується писати про рекламований продукт в множині, користуватися абстрактними узагальненнями, згадувати про рекламний продукт факти, які можуть викликати у читачів сумніви в їх достовірності, навіть якщо ці факти відповідають дійсності [1:95].

Дослідники рекламного тексту рекомендують уникати в рекламних текстах вживання слів, що починаються з буквосполучень *sp-*, *gr-*, що *sq-* і закінчуються буквосполученнями *-um*, *-umb*, *-unk*, *-umr*, *-ude* [2: 56].

Вважається, що перераховані буквосполучення незручні і неприємні для читання і мовлення, а значення більшості слів, що включають ці буквосполучення, викликають негативні емоції.

Всі властивості рекламованого продукту, що згадуються в тексті, повинні бути конкретизовані — не просто «добрий», а дуже добрий, оскільки дозволяє виконувати те і те «, або сприяє тому-то і тому-то. Рекомендується також наводити факти, що свідчать про те, що рекламований продукт піддавався випробуванням. Це є головним

засобом, який може спонукати читача до дії, тобто до купівлі рекламованого товару.

Отже, необхідно пам'ятати, що створення рекламного тексту - це важка і дуже відповідальна робота, яка потребує великої уваги, зосередженості та професійних знань. Адже реклама має носити характер спонукання до купівлі, а не до розгортання національних або міжнаціональних суперечок та конфліктів.

#### **Список літератури:**

1. Викентев И. Л. Проблемы рекламы и Public relations. Изд. Дом Бизнес Пресса, 2007. – 406с.
2. Егорова А.М. Теория и практика перевода экономических текстов с английского языка на русский. – М.: Международные отношения, 1974. – 192с.
3. Лившиц Т.Н. Реклама в прагматическом аспекте. – Таганрог, 1999. – 177с.
4. Лиса Н.С. Структурні та лінгвопрагматичні особливості рекламного знака (на матеріалі англомовної реклами): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Львівський національний ун-т ім. І.Франка. — Львів, 2003. — 18с.
5. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация.- М.: Едиториал УРСС, 2003. – 174 с.

**Щербак Ю. І.,**

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## **МОВНИЙ КОРПУС ПІДМОВИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ТОРГІВЛІ ЯК ДЖЕРЕЛО КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Українська мова запозичила лексеми *чай, кава, коньяк, віскі, лікер* та інші й адаптувала їх до власних норм. Цьому процесу сприяли мови-донори та мови-посередники, а саме: китайська, арабська, французька, англійська, російська. Так в українській мові лексему *кава* було зафіксовано з арабської через турецьку та польську, а номінативну одиницю *чай* – з китайської через російську. Окреслені назви та їх похідні зазнали певних граматичних змін, унаслідок чого гармонійно поповнили ресурси однієї з мов спеціального призначення – української підмови ресторанного господарства та торгівлі.

Досліджувані одиниці вступають у родо-видові відношення, утворюють нові поняття. Зокрема лексема *кава* є ядром словотвірного гнізда з такими дериватами: демінутиви: *кавонька, кавочка, кавуся, кавка, кавничка; кавовий*, рідше *кофейний* (ці лексеми етимологічно споріднені, але на рівні сучасного мовлення кофейний має ознаки суржика); *кавоварка* (апарат для приготування кави); *кавник* (посудина, в якій варять або подають каву); *кавомолка* (апарат для розмелювання кавових зерен); *кавувати* (пити каву, позначення теперішнього подовженого часу дієслова); *кав'ярня*, розмовне *каварня* (локатив); *кавоман* (людина, що занадто споживає каву); *кавоманія* (збірний іменник); композити: *кава-брейк* (процесив), *кава-бар* (локатив), *кава-крем* та *кава-айс* (мають семантико-прагматичну спрямованість – ідентифікацію змісту для споживача).

Наше дослідження засвідчило, що іменник *кава* демонструє здатність утворювати багатокомпонентні структури, має значну лексичну активність, вимагаючи після себе залежного елемента: *чорна, в зернах, мелена, розчинна, збита*. У такі ж відношення вступають лексеми *чай, напій, настоянка тощо* : *чай – чай індійський – чай індійський з прянощами; напій – напій фруктовий – напій фруктовий газовий; настоянка – настоянка з ялівця – настоянка на спирт*

*горобинова з м'ятою та глодом*. Як свідчать приклади, завдяки цим процесам виникають нові поняття.

За напрямом сполучуваності мовні одиниці (зокрема, лексеми *кава, чай, напій, пиво*) утворюють ліву та праву валентність. Відповідно порівняємо: *кава чорна збита, кава холодна горіхова, чай зелений з жасмином, чай байховий, напій кавовий, напій кавовий охолоджений з горіховим сиропом, пиво пшеничне баварське, пиво з ялівця скандинавське та апельсинова холодна кава, біла італійська кава, грузинський чай, зміцнюючий чай, англійський кавовий напій, мигдалевий кавовий напій, чорне пиво, світле пиво*. У першому випадку ми маємо ліву валентність, у другому – праву.

Наведені складені номени містять в собі інформативне та емотивне навантаження, спрямоване на потенційного споживача. Права валентність у цьому разі є важливою для створення позитивного образу напоїв, що мають враховувати у харчовій промисловості. На концептуальному рівні в галузі ресторанного господарства та торгівлі виробники послугуються назвами, які побудовані за принципом лівої валентності (на початку словосполучення знаходиться підмет у називному відмінку), що сприяє наданню інформації про продукт.

Реалемами, як *чай* та *кава* є складними, багаторівневими одиницями, котрі мають додаткові когнітивні нашарування. Так чай, кава маніфестують добробут, дружні стосунки, витончений смак, спілкування у колі друзів, місце зустрічі, затишок, соціальний статус, гостинність, спосіб проведення часу, частину прийому їжі. З часом ментальність українців почала виявлятися через такі форми рідної мови: *сімейний чай (сімейна кава), дружній чай (дружня кава), чай (кава) удвох, ділова кава (діловий чай); етикет чаювання (кавування); способи заварювання чаю (приготування кави); сервування чайного (кавового) столу, подавання страв до напоїв*, що відображають культурну характеристику мовної особистості зокрема й надбання нації в цілому.



**Ясинська Тетяна Юрївна,**

*Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов*

## **ФОРМУВАННЯ ВМІНЬ БУДУВАТИ ЦІЛІСНЕ ТА ЗВ'ЯЗНЕ ВИСЛОВЛЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ)**

Енциклопедичний словник Le Petit Robert кваліфікує *зв'язність*, або *когерентність* (*la cohérence*) як тісний зв'язок між взаємоузгодженими думками [2: 449]. Аналіз когерентності становить предмет дослідження лінгвістики тексту, оскільки саме ця властивість робить текст відмінним від банальної послідовності речень та фраз [4]. Нідерландський вчений Тен ван Дейк, посилаючись на етимологію слова *текст* – “textus”, що означає “тканина” (tissu), наголошує на нерозривному зв'язку двох понять: *когерентність* та *текст*. Образ “*переплетення тканини*” ототожнюється з переплетеними зв'язками, що утворюють мікроструктуру (фразовий рівень) та макроструктуру (міжфразовий рівень) тексту [5: 17-78]. Канадська дослідниця Л. Пепен вторить йому і вважає, що когерентність є якісною характеристикою тексту, речення якого зв'язані між собою, як ланки одного ланцюга [3: 6-18].

Поняття зв'язності тексту знайшло своє відбиття у методиці викладання французької мови завдяки статті М. Шароля, розміщеній у відомому лінгвістичному журналі “Langue française” [1: 7-42]. Вчений констатує, що викладачі, перевіряючи та виправляючи письмові роботи учнів, демонструють точність та вичерпність зауважень лише на рівні речення. На протигагу цьому, на текстовому рівні зауваження вчителів стають розпливчатиими, двоїстими, їм не вистачає термінології та точних дефініцій. Базуючись на основних засадах лінгвістики тексту, М. Шароль пропонує вчителям послуговуватися елементарними правилами будови тексту (*règles de bonne formation textuelle*), серед яких використання засобів повтору, зв'язування за допомогою конекторів, єднальних слів, правила тематичної прогресії тексту, урахування різних відношень у тексті (інтенції, контексту, типу тексту тощо), вірне використання семантичних пресупозицій [там само: 16].

Дослідження когезії та когерентності у лінгвістиці активізуються, і вчені надають викладачам термінологію, якою ті можуть послуговуватися у навчальному процесі: la récurrence (повторення), la coréférence (референційна тотожність), la contiguïté sémantique (семантичне примикання), le parallélisme sémantique (семантичний паралелізм), le contraste sémantique (семантична контрастність) et la résonance (семантичний резонанс), la jonction (з'єднання за допомогою конекторів). Таким чином, терміни *когерентність* та *когезія* набувають чітко окреслених форм та рамок, а відтак, можуть трактуватися як мовні феномени, бути експлікованими і становити предмет або зміст навчання.

### **Список літератури:**

1. Charolles M. Enseignement du récit et cohérence du texte // *Langue française*. – №38. – 1978. – P. 7-42.
2. Le Petit Robert. – P.: Robert, 2000. – 2640 p.
3. Pepin L. Analyse de quelques défauts de cohérence textuelle // *Correspondance*. Vol. 4. – №2. – novembre 1998. – P. 6-18.
4. Rastier F. Sens et textualité. Collection Langue, Linguistique, Communication. – Paris : Hachette, 1989. – 286 p.
5. Van Dijk T.A. Text grammar and Text logic // *Zur Form der textgrammatischen Basis*. Studies in Text Grammar. – Dordrecht : Reidel, 1973. – P. 17-78.

## Зміст

<i>Бережницька Христина Богданівна, Національний університет «Острозька академія»</i> МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ЯК СВОЄРІДНИЙ ЗАСІБ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЯВИЩ БУТТЯ.....	3
<i>Бабчанік Рита Вікторівна, Національний університет «Острозька академія»</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИХОВАНОГО ЗМІСТУ ГАЗЕТНОГО ТЕКСТУ.....	6
<i>Беднарчик Роман Миколайович, Національний університет «Острозька академія»</i> ГАЗЕТНИЙ ТЕКСТ В МЕДІАЛІНГВІСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	9
<i>Бондар Інна Володимирівна</i> ЗДІЙСНЕННЯ РЕГУЛЮЮЧОЇ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ НА СТАРШОМУ ЕТАПІ ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОЇ СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ.....	14
<i>Бондар Оксана Василівна, Національний університет «Острозька академія»</i> ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДИСКУРС» У ЛІНГВІСТИЧНІЙ НАУЦІ.....	16
<i>Бондаренко Ніна Миколаївна, Кам'янець-Подільський Національний університет імені Івана Огієнка</i> PODSTAWOWE WARUNKI KOMUNIKACYJNEJ FUNKCJI EDUKACJI POLONISTYCZNEJ W SZKOLE.....	20
<i>Борецька Вікторія Федорівна, Національний університет «Острозька академія»</i> ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЧАСТОТИ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВЖИВАННЯ ВИСЛОВЛЕНЬ-ЕКСПРЕСИВІВ У МОВЛЕННІ УКРАЇНЦІВ ТА АМЕРИКАНЦІВ .....	22
<i>Веселова Надія Вікторівна, Харківський державний університет харчування та торгівлі</i> ТЕХНОЛОГІЧНА ТА КОМЕРЦІЙНА НОМЕНКЛАТУРА У СКЛАДІ ГАЛУЗЕВОЇ ЛЕКСИКИ.....	26
<i>Геник Мар'яна Василівна, Кам'янець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка</i> КОМПАРАТИВНО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ВЕРБАЛІЗАТОРІВ «РАДОСТІ» В АНГЛОМОВНОМУ І ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ МЕНТАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ.....	28

<i>Голодняк Мар'яна Миколаївна,</i> <i>ВНУ ім. Лесі Українки</i> СТРУКТУРА КОНЦЕПТОСФЕРИ КОХАННЯ В ПОЕЗІЇ ЕМІЛІ ДІКІНСОН.....	30
<i>Гордасевич Віолетта Ігорівна,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗНАЧЕННЯ ТА СПОСОБИ ТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У ГАЛУЗІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	32
<i>Гребенюк Іванна Михайлівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ ПОЧУТТЯ ЛЮБОВІ.....	34
<i>Гринчук Андрій Вікторович,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “ДОБРО”.....	36
<i>Грицюта Ольга Анатоліївна,</i> <i>НаУ «Острозька академія»</i> ПРОБЛЕМИ ВІДОБРАЖЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ СПЕЦИФІКИ ГУМОРУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ.....	38
<i>Гулько Дар'я Вадимівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	40
<i>Гуменюк Катерина Анатоліївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ВЛАСНІ НАЗВИ У ЦИКЛІ РОМАНІВ ПРО ПРИГОДИ ГАРРІ ПОТТЕРА ЗА АВТОРСТВОМ ДЖОАН РОЛІНГ ТА АНАЛІЗ ЇХ ПЕРЕКЛАДІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ .....	43
<i>Демчук Наталія Олександрівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СМІХУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	46
<i>Джиган Надія Григорівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ПОЛІТИЧНИЙ ДІСКУРС: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ФУНКЦІЇ .....	48
<i>Дмитрук Петро Миколайович,</i> <i>Волинський національний університет імені Лесі Українки</i> ФАКУЛЬТЕТ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ.....	52
<i>Душко Іванна Вікторівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> НАВЧАННЯ ЧИТАННЯ НА ПОЧАТКОВОМУ ЕТАПІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ.....	54

<i>Загоруйко Дем'ян Володимирович,</i> <i>Харківський державний університет харчування та торгівлі</i> «КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МОВИ НАУКОВИХ ВИДАНЬ».....	57
<i>Кардаш Микола Юрійович,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ.....	59
<i>Кіріченко Дар'я Віталіївна,</i> <i>Харківський державний університет харчування та торгівлі</i> ЗАГАДКА ЯК КОГНІТИВНА СТРУКТУРА В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦЯ.....	61
<i>Клейзун Юлія Олегівна,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i> ОСОБЛИВОСТІ ТА ЦІЛІ ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОР ДЕРЖАВНИМ СЕКРЕТАРЕМ США ГІЛЛАРИ КЛІНТОН .....	63
<i>Клименченко Марта Миколаївна,</i> <i>Чернівецький національний університет</i> <i>імені Юрія Федьковича</i> СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУБСТАНДАРТНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ НА (МАТЕРІАЛІ ВІЙСЬКОВОГО СЛЕНГУ).....	65
<i>Ковч Аліна Миколаївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЗАГОЛОВКИ СТАТЕЙ АНГЛОМОВНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА.....	67
<i>Корольчук Юлія Анатоліївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ БІЗНЕСУ.....	71
<i>Коротчук Наталія Василівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З КОМПОНЕНТОМ ФІТОНІМОМ (НА МАТЕРІАЛІ “CHAMBERS DICTIONARY OF IDIOMS”).....	75
<i>Костюк Ольга Олександрівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕЗІЇ ЕМІЛІ ДКІНСОН.....	78
<i>Крайчинський Едуард Олексійович,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> АНГЛІЙСЬКІ ЛО НА ПОЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ МУЗИЧНОГО ТВОРУ .....	81

<i>Ксьондзик Антон Петрович,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i>	
ФУНКЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ СИНОНІМІВ У ПРОМОВАХ СТІВЕНА ХАРПЕРА, ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА КАНАДИ.....	84
<i>Кульпека Н. В.,</i> <i>Кам'янець – Подільський національний університет</i> <i>імені Івана Огієнка</i>	
МЕТАФОРИЧНІ КОНЦЕПТИ ОПТИМІЗМУ (МИРУ ТА НАДІЇ) У ПОЕЗІЇ Т. С. ЕЛІОТА.....	87
<i>Курдаєв Андрій Олександрович,</i> <i>Національний університет «Острозька Академія»</i>	
КРИТИКА СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ В ПОВІСТІ «МАНТИСА» ДЖОНА ФАУЛЗА.....	89
<i>Леценко Галина Дмитрівна,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i>	
ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ СТАТЕЙ ПРИРОДНИЧОГО НАПРЯМУ.....	92
<i>Лютко Іван Михайлович,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i>	
ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ.....	94
<i>Марковська Ольга Ярославівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i>	
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОНІМІВ У РОМАНАХ ДЖ. К. РОУЛІНГ (НА ОСНОВІ ПЕРШИХ ЧОТИРЬОХ КНИГ).....	96
<i>Martynenko S.M.,</i> <i>Katyanets-Podilsky Ivan Ohienko National University</i>	
THE COGNITIVE INTERPRETATION OF THE CONCEPT FAITH IN T. ELIOT'S POETRY.....	98
<i>Маруха Іванна Василівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i>	
ЛСП ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ГРУП «АНТИПАТІЯ - НЕПРИЯЗНЬ» І «АНТИПАТІЯ - АНТАГОНІЗМ».....	100
<i>Матвійчук Оксани Михайлівни,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i>	
АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ВЕЛИКИЙ» В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	103
<i>Матиюк Катерина,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i>	
АНГЛОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ.....	106

<i>Мещерякова Юлія Ігорівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ РОМАНУ МИЛОРАДА ПАВИЧА «ОСТАННЯ ЛЮБОВ У КОНСТАНТИНОПОЛІ».....	109
<i>Мирончук Наталія Романівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	112
<i>Моїсеєва Олена Сергіївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ПРОБЛЕМА БАГАТОЗНАЧНОСТІ У ЛІНГВІСТИЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	117
<i>Момот Лідія Миколаївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЮ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНІЙ МОВИ.....	119
<i>Новак Вікторія Володимирівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МЕТАФОРИ В ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА США БАРАКА ОБАМИ.....	123
<i>Новоселецька Світлана Володимирівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	125
<i>Огей Мирослава Вадимівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	129
<i>Огнівчук Ніна Василівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> СЛОГАН ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ.....	133
<i>Оксентюк Наталії Петрівни,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЮРИДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	136
<i>Олійник А.В.,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ.....	138
<i>Омельченко Уляна Володимирівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛЕКСИКО–СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ.....	142

- Ostapova T. O.,  
Chernivtsi National University*  
ETYMOLOGICAL SURVEY  
OF THE THEMATIC WORD GROUP “HOUSE”.....146
- Pavlovska M. A.,  
Katyanets Podilskiy Ivan Ohienko National University*  
JEEVES AS THE CARRIER OF THE NATIONAL ANGLO-SAXON  
CULTURE (ON THE BASIS OF P. G. WODEHOUSE’S WORKS).....149
- Пампурак Анжела Миколаївна,  
Національний університет «Острозька академія»*  
ДО ПИТАННЯ ПРО СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО  
АНГЛОМОВНОГО КОРПУСУ ЄСЕ СТУДЕНТІВ (ICLE).....151
- Панчина Катерина Василівна,  
Національний університет „Острозька академія”*  
МОВНА ГРА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМУНІКАТИВНОГО  
ТА ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДІВ  
ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....153
- Пастушок Є. О.,  
Національний університет «Острозька академія»*  
КУЛЬТУРНІ КОДИ В АМЕРИКАНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ  
(ЗА ТВОРАМИ ДЖ. АПДАЙКА, Х.-Л. БОРХЕСА ТА П. КОЕЛЬО).....155
- Петрук В. В.,  
Національний університет „Острозька академія”*  
ВИКОРИСТАННЯ МЕДІА ТЕХНОЛОГІЙ В КОМУНІКАТИВНІЙ  
МЕТОДИЦІ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....157
- Полякова Ніна Олександрівна,  
Харківський державний університет харчування та торгівлі*  
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕТНОКОНЦЕПТІВ  
У СКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ПАРЕМІЙ З НАЗВАМИ ЇЖІ.....160
- Пошук Катерина Сергіївна,  
Національний університет «Острозька академія»*  
ВИСВІТЛЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ПИТАНЬ  
З ТОЧКИ ЗОРУ ЛІНГВІСТИКИ.....163
- Пшенична Ольга Юріївна,  
Національний університет “Острозька академія”*  
ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ  
ПИСЬМОВИХ ТЕКСТІВ.....165
- Рогова Дарина Богданівна,  
Національний університет «Острозька академія»*  
СЛОВОСКЛАДАННЯ В УТВОРЕНІ АНГЛОМОВНОЇ  
ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ.....167



<i>Розіт Анатолій Євгенович,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ПАРАДИГМАТИЧНІ ВІДНОШЕННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ... 169	
<i>Романюк Л. А.,</i> <i>Каменец-Подольський</i> <i>національний університет ім. Івана Огієнка</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА ТАЙНА (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕГЕНД ВАШИНГТОНА ИРВИНГА «TALES»).....	172
<i>Сіліванова Ілона М.,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧА ОСНОВА ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ «ПОДАРУНКА».....	174
<i>Сімак Катерина Віталіївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ДІАГНОСТИКА ДИНАМІКИ МІЖОСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ СТУДЕНТСЬКИХ ГРУП УКРАЇНИ ТА КАНАДИ.....	177
<i>Сокол Інна Володимирівна,</i> <i>Національний університет Острозька академія</i> ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ У ДІТЕЙ ШКІЛЬНОГО ВІКУ В КАНАДІ.....	179
<i>Старостіної Вікторії Валеріївни,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО СПІЛКУВАННЯ.....	181
<i>Студинець Юлія Ростиславівна,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i> ОГЛЯД ЗАГАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ ВИКЛАДАННЯ ГРАМАТИКИ.....	183
<i>Тимченко Мирослави Олександрівни,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЧОЛОВІКА ТА ЖІНКИ В ІНШОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	186
<i>Ткаченко Наталія Миколаївна,</i> <i>Національний університет «Острозька Академія»</i> ОЦІНОЧНА ЛЕКСИКА В АНГЛОМОВНИХ ТЕАТРАЛЬНИХ РЕЦЕНЗІЯХ (НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ РЕЦЕНЗІЙ НА ВИСТАВУ ЗА П'ЄСОЮ ВІЛЬЯМА ШЕКСПІРА ДВАНADЦЯТА НІЧ, АБО ЯК ВАМ ЦЕ СПОДОБАЄТЬСЯ).....	188

<i>Тусик Надія Миколаївна,</i> <i>Національний університет „Острозька академія”</i> ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНОГО ПРЕДСТАВЛЕННЯ, ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ ЕНАНТІОСЕМІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	190
<i>Фаусек Ганна Олександрівна,</i> <i>НТУУ “КПІ”</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОРИ У НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТАХ.....	192
<i>Фесенко Сергій Михайлович,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i> ДЕКІЛЬКА ЗАМІТОК ДО СЛОВОТВОРУ КОМП’ЮТЕРНИХ ІННОВАЦІЙ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ...194	194
<i>Хоменко Олександра Костянтинівна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ВИКОРИСТАННЯ КОМП’ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....	197
<i>Хотюк О. Б.,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ПОНЯТТЯ «НЕДУГА».....	202
<i>Tsyganok A. O.,</i> <i>Katyanets-Podilsky Ivan Ohienko National University</i> THE SEMANTIC ANALYSIS OF THE CONCEPT SACREDNESS IN JAMES JOYCE’S NOVEL «THE PORTRAIT OF THE ARTIST AS A YOUNG MAN».....	205
<i>Цірук Юлія Сергіївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> ЛЕКСИЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ ДОЗВІЛЛЯ ЗАСОБАМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	207
<i>Цурукіна Ганна Андріївна,</i> <i>Національний університет «Острозька академія»</i> КОМП’ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....	209
<i>Цьомик М. П.,</i> <i>Національний університет “Острозька академія”</i> СЕМАНТИЧНИЙ ТА СТРУКТУРНИЙ АСПЕКТИ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	211
<i>Черненко Юлія Олександрівна,</i> <i>Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов</i> ШЛЯХИ РОЗВИТКУ АРГУМЕНТАЦІЇ У ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ).....	214

<i>Черняховська Ольга Миколаївна, Національний університет «Острозька академія»</i>	
ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ ТЕРМІНОЛЕКСИКИ «SALES CONTRACT».....	216
<i>Шалова Ольга Ігорівна, Національний Технічний Університет України «КПІ»</i>	
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ВИСЛОВЛЮВАНЬ-ЗАХОПЛЕНЬ, ВЖИТИХ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ .....	218
<i>Шашилова Наталія Юріївна, Національний університет „Острозька академія”</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ СПЕЦИФІКИ РЕКЛАМИ.....	220
<i>Щербак Ю. І., Харківський державний університет харчування та торгівлі</i>	
МОВНИЙ КОРПУС ПІДМОВИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ТОРГІВЛІ ЯК ДЖЕРЕЛО КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	223
<i>Ясинська Тетяна Юріївна, Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов</i>	
ФОРМУВАННЯ ВМІНЬ БУДУВАТИ ЦІЛІСНЕ ТА ЗВ'ЯЗНЕ ВИСЛОВЛЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ).....	225

Збірник наукових праць

**СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЗАПИСКИ**  
**Серія “Філологічна”**

**Випуск 4.**

**Технічний редактор** Свинарчук Р. В.

**Комп’ютерна верстка** Олексійчук К. О.

**Художнє оформлення обкладинки** Свинарчука Р. В.

Формат 42x30/8.

Папір офсетний. Друк різнографія.

Ум. друк. арк. 14,75. Гарнітура “TimesNewRomanС”

Наклад 100 прим.

Видавництво Національного університету “Острозька академія”  
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.

Свідоцтво про державну реєстрацію

РВ №1 від 8 серпня 2000 року.