

009 (063)  
М 34

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

*До 10-річчя гуманітарного факультету*

## МАТЕРІАЛИ

# НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ВИКЛАДАЧІВ, АСПІРАНТІВ, СПІВРОБІТНИКІВ ТА СТУДЕНТІВ ГУМАНІТАРНОГО ФАКУЛЬТЕТУ

(Суми, 19-24 квітня 2010 року)  
Частина друга

Р. IV 20

В. Ж. М. З.

1 - ФБВ

1 - стелу



Сумський державний  
університет

# СЕКЦІЯ ПОЛІТОЛОГІЇ, СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ

## СІМЕЙНИЙ КОНФЛІКТ МІЖ ПОКОЛІННЯМИ

Товстолиткіна М.В., студентка групи Ек-51

Сім'я - найдавніший інститут людської взаємодії, унікальне явище. Її унікальність полягає у тому, що декілька осіб найтіснішим чином взаємодіють протягом тривалого часу, що налічує десятки років, тобто впродовж більшої частини людського життя. У такій системі інтенсивної, взаємодії не можуть не виникати спори, конфлікти і кризи.

Конфлікти між поколіннями - одні з найпоширеніших у повсякденному житті. Неможливо, знайти таку сім'ю, де б були відсутні конфлікти між батьками і дітьми. Навіть у благополучних сім'ях у більше ніж 30% випадків наголошуються конфліктні взаємини (з погляду підлітка) з обома батьками.

Чому ж виникають конфлікти між батьками і дітьми? Про це говорять психологічні чинники цих конфліктів.

1. Тип сімейних відносин. У гармонійній сім'ї встановлюється рухома рівновага, що виявляється в оформленні психологічних ролей кожного члена сім'ї, формуванні сімейного «Ми», здатності членів сім'ї вирішувати суперечності. А от у дисгармонійній родині - рівень психологічної напруги має тенденцію до зростання, приводячи до невротичних реакцій її членів, виникненню почуття постійного занепокоєння у дітей.

2. Деструктивність сімейного виховання. Конфлікти виникають за рахунок розбіжностей членів родини з питань виховання; суперечливості, непослідовності; опіки й заборони у багатьох сферах життя дітей; підвищеної вимогливості до дітей, частого застосування погроз, осудів.

3. Вікові кризи дітей. Вони являють собою перехідний період від одного етапу дитячого розвитку до іншого. У критичні періоди діти стають неслухняними, примхливими, дратівливими. Вони часто вступають у конфлікти. У них виникає негативне відношення до вимог, що раніше виконувалися, доходять до впертості. Виділяють такі вікові кризи дітей:

- криза першого року (перехід від дитинства до раннього дитинства);
- криза "трьох років" (перехід від раннього дитинства до дошкільного віку);
- криза 7 років (перехід від дошкільного до молодшого шкільного віку);
- криза статевого дозрівання (перехід від молодшого шкільного до підліткового віку - 12-14 років);
- підліткова криза 15-17 років.

4. Особистісний фактор. Середовище особистісних особливостей батьків - це консервативний спосіб мислення, прихильність застарілим правилам поведінки й шкідливим звичкам (вживання алкоголю і т.д.), авторитарність суджень, ортодоксальність переконань і т.ін. Серед особистісних особливостей дітей називають такі, як низька успішність, порушення правил

поведінки, ігнорування рекомендацій батьків, а також неслухняність, упертість, егоїзм і егоцентризм, самовпевненість, лінощі й т.ін.

Таким чином, розглянуті конфлікти можуть бути представлені як результат помилок батьків і дітей.

Найбільше часто конфлікти у батьків виникають із дітьми підліткового віку. Психологи виділяють такі типи конфліктів підлітків з батьками: конфлікт нестійкості батьківського відношення (постійна зміна критеріїв оцінки дитини); конфлікт зайвої турботи (зайва опіка та високі очікування); конфлікт неповаги права на самостійність (тотальність вказівок і контролю); конфлікт батьківського авторитету (прагнення добитися свого у конфлікті за будь-яку ціну).

Дитина на домагання й конфліктні дії батьків відповідає такими реакціями (стратегіями), як: реакція опозиції (демонстративні дії негативного характеру); реакція відмови (непокора вимогам батьків); реакція ізоляції (прагнення уникнути небажаних контактів з батьками, приховання інформації й дій).

Виходячи із цього, виділяють такі напрямками профілактики конфліктів батьків з дітьми:

1. Підвищення педагогічної культури батьків, що дозволяє враховувати вікові психологічні особливості дітей, їх емоційні стани.
2. Організація родини на колективних засадах. Загальні перспективи, певні трудові обов'язки, традиції взаємодопомоги, спільні захоплення є підґрунтям розв'язання суперечностей.
3. Підкріплення словесних вимог обставинами виховного процесу.
4. Інтерес до внутрішнього світу дітей, їх турботам і захопленням. На думку психологів, конструктивній поведінці батьків у конфліктах з маленькими дітьми може сприяти врахування індивідуальності дитини; намагання зрозуміти вимоги маленької дитини; пам'ятати, сприймання суперечностей як фактора нормального розвитку; зменшення числа "не можна" і збільшення числа "можна"; обмежене застосування покарань; логічне роз'яснення можливості негативних наслідків; розширення діапазону моральних, а не матеріальних заохочень; використування позитивного прикладу інших дітей і батьків.

3. Психологічне консультування конфліктних родин.

Отже, конфлікти між батьками та дітьми виникають через деструктивності внутрішньосімейних відносин, недоліків у сімейнім вихованні, вікових криз дітей, індивідуально-психологічних особливостей батьків і дітей. Безконфліктному спілкуванню батьків з дітьми сприяє підвищення педагогічної культури батьків, організація родини на колективних засадах, підкріплення словесних вимог організацією виховання, інтересом батьків до внутрішнього світу дітей.

Наук. кер. - Кудояр Л.М., доцент

## СЕМЕЙНЫЕ КОНФЛИКТЫ МЕЖДУ СУПРУГАМИ

Лисянский В.Н., студент группы ТМ-51

Семья — древнейший институт человеческого взаимодействия. Каждая система человеческого взаимодействия сопровождается конфликтами.

В зависимости от субъектов взаимодействия семейные конфликты подразделяются на конфликты между супругами, родителями и детьми, супругами и родителями каждого из супругов, бабушками (дедушками) и внуками.

Ключевую роль в семейных отношениях играют супружеские конфликты. Исходя из этого, выделяют основные причины супружеских конфликтов:

- психосексуальная несовместимость супругов;
- неудовлетворение потребности в значимости своего «Я», неуважение чувства достоинства со стороны партнера;
- неудовлетворение потребности в положительных эмоциях: отсутствие ласки, заботы, внимания и понимания;
- пристрастие одного из супругов к чрезмерному удовлетворению своих потребностей (алкоголь, наркотики, финансовые расходы только на себя и т.д.);
- неудовлетворение потребности во взаимопомощи и взаимопонимании по вопросам ведения домашнего хозяйства, воспитания детей, в отношении к родителям и т.д.;
- различия в потребностях по проведению досуга, увлечениях.

Кроме того, выделяют факторы, влияющие на конфликтность супружеских отношений. К ним относят кризисные периоды в развитии семьи.

Первый год супружеской жизни характеризуется конфликтами адаптации друг к другу, когда два «Я» становятся одним «Мы». Происходит эволюция чувств, влюбленность исчезает и супруги предстают друг перед другом такими, какие они есть. Известно, что в первый год жизни семьи вероятность развода велика, до 30% общего числа браков.

Второй кризисный период связан с появлением детей. Еще неокрепшая система «Мы» подвергается серьезному испытанию. Что же лежит в основе конфликтов в этот период?

- Ухудшаются возможности профессионального роста супругов.
- У них становится меньше возможностей для свободной реализации в лично-привлекательной деятельности (увлечения, хобби).

- Усталость жены, связанная с уходом за ребенком, может привести к временному снижению сексуальной активности.
- Возможны столкновения взглядов супругов и их родителей по проблемам воспитания ребенка

Третий кризисный период совпадает со средним супружеским возрастом, который характеризуется конфликтами однообразия. В результате многократного повторения одних и тех же впечатлений у супругов наступает насыщение друг другом. Это состояние называют голодом чувств, когда наступает «сытость» от старых впечатлений и «голод» по новым.

Четвёртый период конфликтности отношений супругов наступает после 18—24 лет совместной жизни. Его возникновение часто совпадает с приближением периода инволюции, возникновением чувства одиночества, связанного с уходом детей, усиливающейся эмоциональной зависимостью жены, ее переживаниями по поводу возможного стремления мужа сексуально проявить себя на стороне, «пока не поздно».

Значительное влияние на вероятность возникновения супружеских конфликтов оказывают внешние факторы: ухудшение материального положения многих семей; чрезмерная занятость одного из супругов (или обоих) на работе; невозможность нормального трудоустройства одного из супругов; длительное отсутствие своего жилья; отсутствие возможности устроить детей в детское учреждение и др.

Исследования психологов показывают, что в 80—85% семей есть конфликты. Оставшиеся 15—20% фиксируют наличие «ссор» по различным поводам.

В зависимости от частоты и остроты конфликтов психологи выделяют кризисные, конфликтные, проблемные и невротические семьи. Кризисная семья. Противостояние интересов и потребностей супругов носит острый характер и захватывает важные сферы жизнедеятельности семьи. Супруги занимают непримиримые, и, даже, враждебные позиции по отношению друг к другу, не соглашаясь ни на какие уступки. К кризисным брачным союзам можно отнести все те, которые или распадаются, или находятся на грани распада.

Конфликтная семья. Между супругами имеются постоянные сферы, где их интересы сталкиваются, порождая сильные и продолжительные отрицательные эмоциональные состояния. Однако брак может сохраняться благодаря другим факторам, а также уступкам и компромиссным решениям конфликтов.

Проблемная семья. Для нее характерно длительное существование трудностей, способных нанести ощутимый удар стабильности брака.

Например, отсутствие жилья, продолжительная болезнь одного из супругов, отсутствие средств на содержание семьи, осуждение на длительный срок за преступление и ряд других проблем. В таких семьях вероятно обострение взаимоотношений, появление психических расстройств у одного или обоих супругов.

Невротическая семья. Здесь основную роль играют не наследственные нарушения в психике супругов, а накопление воздействия психологических трудностей, с которыми встречается семья на своем жизненном пути. У супругов отмечается повышенная тревожность, расстройство сна, эмоции по любому поводу, повышенная агрессивность и т.д.

Таким образом, конфликты между супругами составляют, как правило, необходимый атрибут. Зная основные возможные периоды возникновения конфликтов и типы конфликтов у семей можно найти рациональное их разрешение.

Научный руководитель - Кудояр Л.М., *доцент*

## **МІЖНАЦІОНАЛЬНІ КОНФЛІКТИ**

Никоненко А.І., *студент гр.ТМ-51*

Конфлікт - це зіткнення протилежних інтересів, поглядів, позицій, прагнень.

До числа найбільш складних конфліктів відносяться міжнаціональні конфлікти. Це форма міжгрупового конфлікту, у якій групи з протилежними інтересами розрізняються за етнічними (національними ознаками). У повсякденній практиці під час обговорення міжнаціональних відносин, чи ефективності національної політики держави, звичайно, мають на увазі визначені нації. При цьому різні нечисленні етнічні групи особливо не виділяються, хоча їхня кількість, наприклад, в Україні досить значна. Тому більш точним буде застосування поняття «етнос» - народ, плем'я, група людей, які говорять однією мовою, визнають своє єдине походження, володіють своїми звичаями іа способом життя. Нація ж - це соціально-історична спільність людей, сукупність громадян держави, які мають спільність території і мови, соціально-економічного і культурного життя. Міжетнічна політика держави покликана регулювати соціально-політичні відносини з метою узгодження інтересів різних етнічних і національних груп і найбільш повного задоволення їхніх потреб.

Для етнічних конфліктів характерний визначений рівень організованості дій поряд із масовими безладдями, сепаратистськими

виступами аж до громадянської війни. Оскільки вони виникають у багатонаціональних державах, будь-який внутрішній конфлікт у них неминуче здобуває політичний характер. Тому часом буває важко провести чітку грань між соціальним, політичним і міжнаціональним конфліктом. Етнічний конфлікт може виражатися у різних формах, від нетерпимості і дискримінації на міжособистісному рівні, до масових виступів за відділення від держави, збройних зіткнень, війни за національне звільнення. Так розвивалися події у Нагорному Карабасі, Чеченській республіці, Молдавії, Грузії після розпаду СРСР.

В останні роки у біляекваторіальному просторі різних частин світу палахкотіло полум'я більш 40 збройних конфліктів: у Югославії, Анголі, Сомалі, Грузії, Азербайджану, Вірменії, Афганістану, Таджикистану, Узбекистану, Киргистані, Північнокавказькому регіоні Росії. Абсолютна більшість конфліктів носить міжнаціональний, міжплемінний характер. Вони розгорталися на території однієї чи декількох країн, переходячи нерідко повномасштабні сучасні війни. Більшість хто з них ускладнювалися релігійними й клановими суперечками. Деякі конфлікти тягнуться сторіччями, як, наприклад, близькосхідний конфлікт між євреями й арабами, закавказький конфлікт між вірменами й турками (азербайджанцями). Першопричини триваючих конфліктів часто стираються часом, ідуть у підсвідомість і, виявляються у важкозрозумілій майже патологічній національній нетерпимості. Безпосередніми причинами періодичних зіткнень, звичайно, виступають найближчі "несправедливості". Ставлячи в лапки це слово, ми маємо на увазі те, що у більшості міжнаціональних конфліктів справедливого рішення для усіх ворогуючих боків об'єктивно не існує, тому що кожна керується своєю правдою, своїми історичними періодами, подіями, фактами.

Конфліктна ситуація у країнах, утворених на території колишнього СРСР, обумовлена багатьма причинами, давніми й сьогоденними, політичними (централізм і унітаризм влади, і завоювання народів), економічними (економічна криза, безробіття, зубожіння), соціально-психологічними (міжнаціональні бар'єри спілкування, негативні форми національного самоствердження, відкритий націоналізм, амбіції національних вождів), територіальними та іншими. Конфліктна ситуація у більшості випадків складається як результат комплексу причин і умов. Конфлікт виникає тоді, коли об'єктивно, а не рідко суб'єктивно, міжнаціональні порівняння, реально чи уявно у защемлення, скривдження, пригноблення.

Науковий керівник – Кудояр Л.М., доцент

## РЕЛИГИОЗНЫЕ КОНФЛИКТЫ

Головченко И.А., студент группы ТМ-51

Специфика религиозных конфликтов заключается в том, что они затрагивают духовную жизнь людей, внутренний мир верующих, связанный с миром иным, божественным.

Многообразие конфессионального пространства нашей страны не является чем-то уникальным в мировой практике. Оно складывалось в результате исторически длительного и сложного процесса, под воздействием различных факторов. Это и продолжавшееся веками с развитием экономических связей Украины с зарубежными странами, в том числе культурный обмен, миссионерство. Очень важны в этом аспекте собственные духовные поиски украинцев.

В целом современная религиозная картина в стране характеризуется двумя тенденциями: возрождением и возрастающим влиянием традиционных конфессий и развитием новых религиозных движений.

До 1917 года в Российской империи церковь не была отделена от государства. Это значит, что Русская православная церковь являлась частью государственного механизма, ее учение признавалось главенствующим, а все остальные конфессии ставились в подчиненное положение.

Христианство в той его разновидности, которая была принята в Византийской империи (православие), было объявлено государственной религией на Руси в 988 году. Князь Владимир Святославич сделал выбор в пользу константинопольских иерархов из-за удобной для него модели взаимодействия между церковью и государством. В Византии религия была полностью поставлена на службу светским властям и фактически являлась государственным институтом.

Так как церковь становилась государственным ведомством, необходимо было приложить все усилия чтобы всё население ему подчинялось. Это привело к многочисленным жертвам. На протяжении христианизации Руси погибло очень много людей, которые не хотели переходить от язычества к православию.

На протяжении истории основным религиозным конфликтом нашей страны была борьба между католицизмом и православием. В XV-XVIII веках это было одной из основных причин войн. Так на нашей территории получили распространение католицизм и униатство. Униатская церковь была создана католическим руководством в стремлении подчинить себе православие. Однако это течение не получило очень широкого распространения, но на территории нашей страны данная конфессия весьма многочисленна.



После распада Советского союза возникли конфликты в самой православной церкви, в особенности между украинской и русской церковью, вероятней всего это связано с обострением политической ситуации между нашими странами.

Нельзя забывать, что религиозные конфликты характерны, прежде всего, для государств с многоконфессиональным населением, в которых принимаются и действуют дискриминационные законы или игнорируются и нарушаются права верующих. Создание преимуществ для одной религии неизбежно приводит к ущемлению прав других. Вот почему в нашем обществе возникают опасения в связи с тем, что православие может приобрести де-факто статус государственной религии, а это, в свою очередь, вызовет усиление националистических движений в стране.

Наиболее острой из этих проблем является конфликтный потенциал в религиозной сфере. Это выражается в конфликтах приверженцев различных вероисповеданий, интенсивном распространении в российской конфессиональной среде новых религиозных движений. Религиозные конфликты, нередко сопровождаемые проявлениями агрессии, насилия и нетерпимости, зачастую усиливают социальную напряженность в современном обществе. В этих условиях изучение интегрирующего и дезинтегрирующего влияния религии на современное общество имеет большую практическую значимость.

Справедливости ради следует отметить, что религия одновременно обладает возможностью снятия конфликтных ситуаций, гармонизации межнациональных отношений, ослаблении психологической напряженности в периоды социальных обострений, стабилизации общественно-политической ситуации в стране и т.д.

Религия в общественной жизни никогда не выступала в так называемом «чистом виде». Особенно это относится к современности. Религия глубоко интегрирована во многие сферы общественной жизни - культуру, образование, быт и, несмотря на заявления отдельных религиозных лидеров об аполитичности конфессий, - в политику. Поэтому социальные конфликты, пронизывающие различные сферы общественной жизни, находят отражение в религии, и наоборот - конфликтогенные процессы, возникшие на религиозной почве, разрастаясь и усиливаясь, неизбежно влияют на характер социальных отношений, в первую очередь политических, экономических, межнациональных.

Религия наряду с национализмом остается мощным инструментом воздействия на общественную жизнь и политику в странах Азии и Африки. Здесь на почве обострения взаимоотношений между национально-этническими и религиозными группами происходит

основная часть острых конфликтов, вооруженных столкновений и войн. Это создает угрозу безопасности, целостности и стабильности не только отдельных стран и регионов, но и мировой системы в целом, поскольку часто эти столкновения становятся оправданием для вмешательства одних государств в дела других. В этой связи крайне важным представляется систематический анализ причин, форм проявления и путей преодоления религиозных конфликтов в геополитическом контексте.

Нельзя не видеть и того, что в последнее время современная международная политика во многих своих проявлениях стала характеризоваться идеологией страха, причем отдельные горячие головы сторонами глобального противостояния едва не в ближайшем будущем рисуют ислам и христианство. Людям вновь, как во времена средневековья, пытаются навязать идею, что мусульмане - это угроза западной цивилизации, а христианский мир одержим исключительно жадной неокolonистского реванша в отношении исламских стран. Такие измышления заслуживают самого решительного осуждения, это касается как исламофобии на Западе, так и западофобии на Востоке.

Таким образом, религиозные конфликты являются составляющей социальной жизни человечества.

Науковий керівник – Кудояр Л.М., доцент

## ПОЛІТИЧНІ КОНФЛІКТИ

Політучий С. А., студент групи ЕТ-51

Політичні конфлікти — це форма взаємовідносин між окремими особистостями, партіями, політичними групами, класами, націями, державами з питань влади. Якщо вважати, що політика — це в основному боротьба за владу, то політичний конфлікт розглядається як протиборство соціальних або політичних груп за владні пріоритети чи з приводу влади. Але якщо вважати, що політика — це діяльність, спрямована на регулювання й збалансування інтересів і відносин між різними соціальними й політичними суб'єктами щодо життєво важливих питань, що торкаються їхніх корінних інтересів то й політичний конфлікт — це конфлікт двох чи більше суб'єктів з приводу життєво важливих політичних питань. Основним елементом політичного конфлікту є протистояння суб'єктів політики, різниця їх позицій.

Політичний конфлікт може бути позитивним тільки тоді, коли існує можливість його врегулювати. У протилежному випадку конфлікт призводить до політичної кризи чи навіть суспільної катастрофи.

Одна з особливостей політичного конфлікту полягає у тому, що він безпосередньо або опосередковано зачіпає інтереси великих соціальних груп, прошарків, класів, суспільства в цілому. Тому суб'єкти політичного конфлікту (політичні організації, інститути й окремі лідери) завжди виступають від імені певної соціальної спільноти. Для захисту своїх інтересів і цінностей окремі громадяни об'єднуються у співтовариства, створюють організації й інститути і таким чином стають суб'єктами політичного конфлікту. Це вказує на те, що політичний конфлікт завжди організований та інституційований.

У структурі політичного конфлікту виділяють:

- об'єкт конфліктної ситуації, що пов'язаний з певними аспектами взаємодії, (влада, вплив, незалежність та ін.);

- цілі, суб'єктивні мотиви його учасників, обумовлені їх поглядами і переконаннями, матеріальними і духовними інтересами;

- опонуючі сторони;- привід.

Для локалізації політичного конфлікту необхідно усунути певні елементи його структури.

Значення та місце конфлікту у політичному житті може бути з'ясоване на підґрунті його функцій. Під функцією конфлікту розуміють наслідки або спрямованість його дії на суспільство в цілому або на окремі сфери життєдіяльності. Особливістю функцій конфлікту є те, що виявляються вони у наслідках, після його завершення. Серед функцій-наслідків політичного конфлікту розрізняють такі: політичні, економічні, військові, екологічні, демографічні. Функції конфлікту можуть бути позитивними й негативними.

Особливістю політичних конфліктів в Україні є те, що вони відбуваються у середовищі самої влади. Триває боротьба за володіння реальними її важелями. Роль влади у конфліктах, що виникають у неполітичних сферах, але які безпосередньо або опосередковано зачіпають існування цієї влади, винятково велика.

Не маючи досвіду перебування у конфлікті й виходу з нього, наша країна опинилася у неослабному конфліктному полі. За умов конфліктної політики економіка цілковито залежить від політичних процесів, а регулювання економіки – від політичних інтересів. Це призводить до ігнорування об'єктивних економічних законів. Вплив на політику великих бізнес-груп створює дисбаланс у економічному розвитку окремих регіонів і рівні життя різних соціальних груп, що також сприяє розвитку конфлікту. Значиму роль в загостренні конфліктів відіграють засоби масової інформації.

Політичні конфлікти в Україні мають бути обмежені не лише за інтенсивністю, а й за своєю тривалістю. Інакше механізми державного управління деформуються до такої міри,

що не зможуть підтримувати баланс суспільних інтересів. Існує небезпека, що наслідком конфлікту може стати нова революція, яка призведе до зміни не лише форми правління та системи цінностей, а й до втрати державності, вказують політологи.

Науковий керівник – Кудояр ЛМ, доцент

## МОЛОДЕЖНЫЕ КОНФЛИКТЫ

Постол М. А. , студент группы ET-51

Конфликт – это столкновение противоположных целей, позиций, мнений, и взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия.

Классифицируем же основные виды молодежных конфликтов. Выделим:

Межпоколенные молодежные конфликты – наиболее важные в общественном значении конфликты, в основе которых лежат конфликты ценностей двух поколений.

Межгрупповые молодежные конфликты – конфликты между молодежными группировками, основанные на разделении лидирующих позиций.

Межличностные молодежные конфликты – конфликты между индивидами, в основе которого лежит конфликт ценностей.

Межгрупповые (межпоколенные) конфликты. Сравнить разные поколения трудно. В каждом поколении были, есть и будут разные люди. Кроме того, люди склонны абсолютизировать собственные привычки и вкусы, поэтому у части людей старшего возраста на первый план выступают внешние, второстепенные черты. Каждое поколение стоит на плечах предыдущего, не всегда осознавая эту преемственность.

Важно, для решения конфликта, в современной культуре поддерживать традиции новаторства в сочетании с “разумным консерватизмом”, с приверженностью к стабильности, устойчивости, предсказуемости.

Межгрупповые молодежные конфликты касаются взаимоотношений подростков не только с родителями, но и со школой. В институте образования принято выделять четыре субъекта деятельности: ученик, учитель, родитель и администратор.

Конфликт между учеником и учителем – один из примеров межгрупповых, межпоколенных конфликтов. Причинами такого противостояния, с точки зрения учеников, являются: оскорбление со стороны учителя, нетактичное поведение, необъективность при оценке знаний, завышенные требования.

Наиболее распространены следующие формы поведения в конфликтных ситуациях старшеклассников с учителем: сотрудничество, компромисс, соперничество, уклонение от контактов, приспособление.

Причем формы поведения в конфликтной ситуации у юношей и девушек существенно различаются. Девушки, прежде всего, стремятся к сотрудничеству, затем выбирают компромисс, приспособление, уклоняются от встреч и лишь в крайнем случае идут на соперничество. Среди юношей наиболее предпочтительной формой поведения является соперничество, далее компромисс, сотрудничество, сведение контактов к минимуму, приспособление.

Наиболее часто конфликты происходят в 8-9 классах в так называемый переходный возраст. Сегодня причиной серьезного конфликта может стать спор между представителями разных музыкальных культур ("реперами" и "металлистами"), между болельщиками разных спортивных команд (Динамо и Шахтер).

Межгрупповые молодежные конфликты. Рассматривая такие конфликты, попытаемся разделить саму молодежную группу. Выделяют следующие виды молодежных групп:

Случайная группа – например, затевающие драки на дискотеках, стадионах и в других местах, однако имеющая свои неписанные групповые нормы и ценности.

Ретристская группа – (под ретризмом понимается стремление к уходу от действительности, от жизненных трудностей. Крайний вариант ухода от действительности – это суицид). Обычное занятие ретристских групп – бесцельное времяпрепровождение, сомнительные развлечения, токсикомания и наркомания.

Агрессивная группа – основана на наиболее примитивных представлениях об иерархии ценностей и минимуме культуры. Характерными особенностями агрессивной группы является жестокая иерархическая структура, сильное групповое давление на ее участников, серьезные санкции за нарушение групповых норм, психологической основой которых является резкое противопоставление: "мы – они".

В группировке подросток проходит своеобразную школу ложного коллективизма, риска, романтики, подлости и жестокости. Здесь его поддерживают материально, убеждают, что он "все может". Такие "стаи" обоснованно называют "молодежными бандами".

В молодежных компаниях очень часто высмеиваются такие качества, как чуткость, внимательность, отзывчивость и доброта, так как отрицаются общечеловеческие качества. Отсюда – жестокость, доходящая порой до садизма, развязность, оскорбления в адрес "чистых мальчиков и девочек", которые "сидят дома, читают книги и хорошо учатся".

Где же истоки таких отношений? Подводя итоги надо отметить:

Большинство конфликтов между молодежными группировками происходят просто из-за разделения лидирующих позиций (кто главнее). Такие конфликты явно осознанны, диктуются лидерами групп, высоко институализированны, а соответственно, легко поддаются решению и контролю.

Другой тип конфликтов – ценностный межгрупповой конфликт. Напряжение между разными молодежными группами, принадлежащими разным социальным слоям и группам, исповедующим разные ценности и нормы. Такие напряжения редко переходят в конфликт в связи с тем, что представители разных социальных групп редко вступают во взаимодействие.

Межличностные конфликты в армии. Проводимые социологические опросы показывают, что от 50% до 70% солдат, проходящие службу по призыву, подтверждают наличие в своих частях случаев неуставных взаимоотношений.

В основе таких ситуаций лежат конфликтные ситуации либо противоречия, затрагивающие социальный или социально-психологический статус личности или групп, материальные духовные интересы, их честь и достоинство.

“Дедовщина” – представляет собой проявление неуставных взаимоотношений, при котором в качестве доминирующего социального признака выступает срок службы. Разделение военнослужащих на “категории” с соответствующими для каждой из них своими функциями закрепляется путем создания и проведения военнослужащими старших периодов службы порочных ритуалов и традиций. Неформальная иерархическая структура, существующая практически в каждом воинском подразделении, компенсирует недостатки формальной (уставной) структуры.

“Землячество” – особый вид неуставных взаимоотношений, основанный на разделении военнослужащих по региональной принадлежности.

“Культ силы” – неформальное разделение военнослужащих по наличию определенных индивидуальных качеств и особенностей.

“Религиозный фактор” – особый вид неуставных взаимоотношений, основанный на разделении военнослужащих по принадлежности к различным религиозным конфессиям.

“Криминогенный фактор” – неуставные взаимоотношения, основанные на неформальном разделении военнослужащих по принадлежности к различным группировкам криминогенной направленности до их призыва в ряды Вооруженных Сил.

“Общественно-политический фактор” – неуставные взаимоотношения, основанные на неформальном разделении военнослужащих по принадлежности до призыва в Вооруженные Силы к различным политическим и общественно-политическим организациям и объединениям.

Таким образом, молодежные конфликты детерминированы социальными факторами в единстве с психологическими особенностями субъектов конфликтного взаимодействия.

Научный руководитель - Кудояр Л. М., доцент

## РЕЛІГІЯ І КОНФЛІКТИ

Контарєв В.А., студент гр.ЕК-51

Релігійні конфлікти — це зіткнення і протиборство між носіями релігійних цінностей (від окремих індивідів до конфесій), що обумовлені відмінностями в їх світосприйманні, уявленнях і ставленні до Бога, різним становищем та участю у релігійному житті.

За своїми типологічними характеристиками релігійні конфлікти є перш за все соціальними, оскільки сама релігія є первинною, глибинною підставою людського суспільства. Крім того, релігія створює первинні засади громадськості, наприклад, солідарність, тобто почуття спільної причетності людини до якогось цілого, «ми», що породжується єдиним зв'язком між усіма людьми та Богом; у ній вони вперше почувають себе родиною, спільнотою, народом, не втрачаючи при цьому у цій причетності своєї людської особистості. Соціальність релігії виявляється також у формах релігійного життя — культурах, молитвах, жертвоприношеннях, догматах, церковних переказах тощо, присутне майже в усіх релігіях, але у різних віруваннях ці форми розрізняються у своїх конкретних проявах, що нерідко стає підґрунтям для релігійних конфліктів.

Будь-яка релігійна група певною мірою відчуває себе обраною, відповідно до своїх переконань вона вважає, що відрізняється від основної маси людей. Часто з цього відчуття виростає віра у те, що ця група знаходиться у згоді чи єдності з Богом. Звичайно, що втручання у релігійні уподобання і ритуали віруючих, спроби нав'язати їм несумісні принципи організації суспільного устрою, протилежні культурні стереотипи викликають контрдії, тобто опір того боку, проти якої спрямовані перелічені дії. Виникає конфлікт як реалізація намірів і разом з тим подолання опору, що неминуче присутній у процесі цієї реалізації. Кожен з конфліктуючих боків— суб'єктів відіграє свою роль у релігійному конфлікті, «сценарієм» якого стають його предмет і об'єкт,

джерело, причини та умови виникнення, динаміка перебігу та шляхи розв'язання.

Суб'єктами релігійних конфліктів можуть стати окремо взяті індивіди, цілі народи, об'єднані вірою, релігійні утворення (церква, община, секта) та держава.

Окремо взятий індивід та його внутрішній світ можуть стати достатньою умовою релігійного конфлікту, а відтак, і суб'єктом, щодо якого цілком доречно говорити про проблему протиборства протилежних підстав, цінностей тощо.

Якщо подивитися на питання про світ без воєн з погляду християнської церкви, то тут можна бачити деяку подвійність. З одного боку, основна заповідь "Не убий" передбачала найважчим гріхом позбавлення людини життя. Церква припиняла міжособні війни періоду середньовіччя. Християнство було ініціатором установаження так званого Миру Божого— днів, коли припинялися міжусобиці. Порушення Миру Божого каралося штрафами, що доходили до конфіскації майна, відлученням від церкви й навіть тілесних покарань. Під охорону Миру Божого у першу чергу попадали церкви, монастирі, капели, мандрівники, жінки, а також предмети, необхідні для землеробства. З другого— проповідь загального миру не заважала християнській церкві освячувати численні завойовницькі війни, хрестові походи проти "невірних", придушення селянських рухів. Таким чином, критика війни у той час обмежувалася етичними поданнями християнського віровчення, а ідеалом загального миру залишався мир серед християнських народів Європи. Основними положеннями Августина стосовно війни є такі:

- війна виникає внаслідок гріхів і пороків;
- війна є засобом вирішення земних завдань, справ;
- несправедлива перемога примножує нещастя, у той час як справедлива перемога -дарунок Божий і благо;
- війна є подоланням пороків суспільного буття;
- війна, таким чином, сприяє "очищенню" людської історії.

Фома з Аквіна у другій частині "Суми теології" розглядає три головні передумови війни:

- війну має оголошувати керівництво держави;
- для оголошення війни має існувати справедлива причина (*iusta causa*);
- метою війни має бути справедливий намір (*recta intentio*).

Сьогодні вплив релігії на свідомість має у світі є істотним, і з цим феноменом не можуть не рахуватися державні і політичні діячі будь-якої країни. Більше того, за релігійною ознакою створюються і діють громадські об'єднання і партії, складовою програмою яких є релігійні ідеї або вчення. За умов соціального і науково-технічного прогресу релігії намагаються пристосуватися до сучасності переглядаючи і уточнюючи свої політичні доктрини.

Науковий керівник - Кудояр Л.М., доцент



## АРТТЕРАПІЯ

Шагарова І. В., студентка групи ФЕ – 71

Терапія мистецтвом є відносно новим методом психотерапії. Уперше цей термін був використаний Адріаном Хіллом у 1938 р. при описі своєї роботи з хворими туберкульозом і незабаром одержав широке поширення.

В даний час їм позначають усі види занять мистецтвом, що проводяться в лікарнях і центрах психічного здоров'я.

Ефективність застосування мистецтва в контексті лікування ґрунтується на тому, що цей метод дозволяє експериментувати з почуттями, досліджувати і виражати їх на символічному рівні.

На початкових етапах терапія мистецтвом відбивала представлення психоаналізу, відповідно до якого кінцевий продукт творчості пацієнта, будь те щось намальоване олівцем, написане фарбами, виліплене чи сконструйоване, розцінюється як вираження неусвідомлюваних процесів, що відбуваються в його психіці.

Терапія мистецтвом є посередником при спілкуванні пацієнта і терапевта на символічному рівні. Образи художньої творчості відбивають усі види підсвідомих процесів, включаючи страхи, конфлікти, спогади дитинства, мрії.

Методики терапії мистецтвом ґрунтуються на тім припущенні, що внутрішнє "Я" відбивається у візуальних формах з того моменту, як тільки людина починає спонтанно писати фарбами, чи малювати ліпити.

Традиційно склалося так, що фахівці, що займаються терапією мистецтвом, не мали самостійного статусу і використовувалися як помічників психіатрів і психологів у тих випадках, коли малюнки, картини дітей і дорослих пацієнтів стаціонарів могли зробити допомога у встановленні діагнозу і для самої терапії.

В даний час за психотерапевтами, що займаються терапією мистецтвом, визнаний статус самостійних практиків, що можуть внести свій внесок у вивчення особистості й у процес лікування.

В рамках даного підходу розвиваються два напрямки. Прихильники одного напрямку, що представляються Едіт розглядають мистецтво як самодостатній лікувальний засіб. Вони не розглядають терапію мистецтвом як замітник психотерапії. Прихильники іншого напрямку, представником якого є Маргарет Наумбург, применшують чисто художні цілі на користь терапевтичних.

Терапевти, що займаються психодинамічною орієнтованою терапією мистецтвом, спираються на ідеї Фрейда і Юнга, що затверджували, що художня творчість виражає несвідоме.

У процесі художнього осмислення такого внутрішнього досвіду пацієнти часто стають більш говіркими.

Більшість керівників груп прямо не інтерпретують художні символи, а допомагають учасникам зрозуміти їхній зміст, установлюючи безцінну довірчу атмосферу в групі, заохочуючи вільні асоціації під час художньої творчості.

Вільні асоціації з приводу закінчених картин допомагають прояснити переживання. Цілком можливо, що таке "пізнання" буде відбуватися на підсвідомому рівні і пацієнт відчує емоційне звільнення без свідомого осмислення свого добутку

Одним з найбільше часто використовуваних у терапії мистецтва вправ є "створення групових фресок", у якому учасники або малюють усе, що вони хочуть, на загальній картині, або домальовують на ній щось, відповідно до обраною всією групою темі.

Вправа Г. Вассіліуса, що одержала назва "створення загального групового образу", було спеціально розроблене для використання в групах терапії мистецтвом психодинамічної орієнтації. Основна перевага цієї вправи полягає в тому, що члени групи можуть включатися в художню творчість конкретного учасника.

Вправа дозволяє легко вступати в спілкування один з одним тим індивідуумам, у яких часто виникає почуття небезпеки.

Терапія мистецтвом у даний час використовується не тільки в лікарнях і психіатричних клініках, але й в інших умовах - як самостійна форма терапії і як додаток до інших видів групової терапії.

Наук. кер. –Сахно П.І., *ст. викладач*

## **АНАЛІЗ ВИРАЗУ ОБЛИЧЧА ЛЮДИНИ ТА ЇЇ МОТОРИКИ І МІМІКИ ЧЕРЕЗ ЗОБРАЖЕННЯ НА ПОРТРЕТІ**

Погарський М.В., *студ. групи СУ-72*

Існує декілька базових принципів появи міміки обличчя людини які стосуються вивчення анатомії, образотворчого мистецтва, психології та інших наук. Але з часом коли за допомогою цих знань людина починає відтворювати живе справжнє обличчя людини то вона зіштовхується з деякими проблемами. З курсу анатомії відомо, що тілі людини не існує чітких пропорцій та абсолютно сталих висей кісток та м'язів. Тобто необхідно ще з самого початку розуміти, що не існує ідеальних людей, основна вісь пропорційності людини лише

уявна, саме тому лікарі приділяють максимум анатомії на практиці, а не в теорії (офіційно теоретичний курс займає 10% всього курсу анатомії, робить висновки). Один єдиний м'яз може бути із 10ма змінними параметрами об'єму і типу з'єднання із кістками та іншим. У книзі «Мистецтво Малювання» Уільяма Погейні сказано, що роботу деяких м'язів необхідно «допрацьовувати» прямо на моделі, оскільки м'язи не завжди спрацьовують у такій послідовності як це має бути анатомічно (звідки і бере початок поняття про щирість почуттів). Що стосується поз та виразів, ситуація схожа, існує великий відсоток людей, що за життя навчилися обходити свої природні емоції, або просто відчують по-іншому. Зображення людей старшого віку, це (на думку Погейні) протистояння відречення своїх звичок, проти часових змін, які переслідують цю людину. Також варто відмітити книгу Георгія Щокіна «Як читати думки людей по їх зовнішньому вигляду» де говориться про те що склад характеру, багатьох звичок та навіть вподобань залежать від форми черепної коробки, овалу лица, статури, комплекції тощо. Конституція даної людини є ніщо інше як відповідність уже готовим нормам поведінки, і що людина, як на мою думку по словам автора є заручником свого тіла і здатна змінити себе шляхом лише часткових змін, самоконтролю, витримки, доброзичливості, щирості тощо. На фізіономіку була вкладена більша частина його праці, але це висновки що не знаходять причинно-наслідковий зв'язок: чому людина поводиться саме так?

В епоху Відродження портрети набули культового значення у житті тогочасної еліти, високе мистецтво великих художників і скульпторів вражають навіть сучасників. В цей час прості та складні основи живопису були підняті на високий рівень. В ті часи було прийнято, що справжній художник, це той хто здатний «захопити душу» своєї моделі, тим самим ожививши портрет. Намагаючись відслідкувати всі нюанси цього ремесла митці звертались як до психології та релігії так і до більш радикальних шляхів: наркотичних речовин, алхімії та обрядів. Але окрім прямого змальовування портретів є і зображення внутрішнього світу людини, її почуттів та таємних бажань, що не знайшли вихід. Такий тип зображення дає абстрактне поняття про розум моделі. Необхідно розуміти, що ця модель-жива, вона кожен день ходить на роботу зустрічає людей, переживає якісь події, відчуває обов'язок перед кимось, є дбайливою мамою, чи рядовим робітником, який інколи відпочиває або працює кожен день, чи можливо людина з удачею нарциса, яка буде постійно перепрошувати

художника про те, що він в даний момент зображує. Побачити, прослідкувати і відобразити справжню душу людини, це є найбільший скарб донесений нам великими художниками, але як побачити душу?

Моє особисте дослідження полягало в тому щоб від слідкувати на власному досвіді роботу догм закладених наукою та мистецтвом, також моєю метою було взяти декілька історій різних людей та проаналізувати їх життя та душевний стан, який відобразився на формі обличчя та міміки, плюс до того, при можливості скласти статистику і класифікацію опираючись на власні дослідження, зробити висновки та висвітлити їх у доповіді. Я обирав для доповіді портрети людей наприклад з одним типом комплекції, але зрізним характером та вдачею, або з різними обрисами лица, але із суміжними уподобаннями. Досить цікаво досліджувати людей у старшому віці, які уже мають відбитки своїх минулих дій, всім відомо що робітничий пенсіонер не схожий наприклад на начальника в такому ж віці або військового генерала чи заслуженого артиста театру або кіно. Досить часто доводиться бачити людей молодого віку, що виглядають не на свій вік, ті що пережили фізичну або душевну травму і не здатні оправитись після цього, або процес прийняття зайняв багато часу. Також мені знайшлись люди з гарними обрисами і контурами лица які ще називають ангельськими, саме такі обличчя відходять від стандартних канонів і змушують не відводити погляд від людини, «ангельське обличчя» часто мають люди, що пара живають любовне потрясіння або захват перед чимось гарним, це комбінація почуттів наївності доброти, чистоти намірів, а також простодушності складу розуму. Скільки людей-скільки і емоцій та переживань, створених оточенням, внутрішнім світом, вихованню та самовихованню, я впевнений життя найкращий творець, а ми його найкращі шанувальники, чи не так?

В нашій час, широкого попиту набули різні види послуг у рекламі, оформленні та дизайні де використовуються штучні технології створення образів людей, і створюються вони в загальному без урахування «душі», але якщо урахувати деякі життєві нюанси, то поступово можна оживляти зображення, приближати до реальних, сучасні технології вже не обмежені здатностями ПК і все тепер залежить від умілого використання інструментів, я вважаю, що опрацювання людських факторів на конкретних прикладах приведе до нового кроку у шляху антропоморфізації моделей у сфері образотворчого мистецтва, дизайну та розважальної комп'ютерної

індустрії в цілому. Скільки разів різні фільми, композиції, театральні вистави не мали успіху через не суміжність характеру ролі актора із його внутрішнім світом чи подіями, висвітлених у композиції, в найближчому часі це не буде проблемою, порозуміння характеру і ролі буде досягнута шляхом створення штучних моделей для подій та сцен. Необхідно розуміти, що справжнє створення дійсно схожої на живу людину моделі можливе не через копіювання анатомії, а спробі відобразити поведінку яку можна назвати душею. Люди - це найскладніші істоти серед усіх, з високим потенціалом та вмінням, часом з невідкритими талантами та емоційною невизначеністю, отже із стержнем того, що не дає можливість діяти як єдиний механізм без варіантів. Дійсно варті уваги та вивченню, можливо тільки зрозумівши їх сутність можна вирішити проблеми пов'язані з помилками характеру..

Наук. кер. –Сахно П.І., *ст. викладач*

## **НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ**

*Шматко С., студ. гр. Ю-84*

Спілкування як особливого роду діяльність - це творча гра інтелектуальних й емоційних сил співрозмовників, це взаємне навчання партнерів, збагачення новими знаннями у процесі обговорення предмета бесіди, це, нарешті, праця досягнення поставлених кожною стороною цілей переговорів (обміну думками, ділової зустрічі, діалогу офіційних представників й ін.).

У структуру мовного спілкування входять:

1. Значення й зміст слів, фраз («Розум людини проявляється в ясності його мови»). Відіграє важливу роль точність вживання слова, його виразність і доступність, правильність побудови фрази і її дохідливість, правильність вимови звуків, слів, виразність і зміст інтонації [2; 75-81].

2. Мовні звукові явища: темп мови (швидкий, середній, уповільнений), модуляція висоти голосу (плавна, різка), тональність голосу (висока, низька), ритм (рівномірний, переривчастий), тембр (розкотистий, хрипкий, скрипливий), інтонація, дикція мови. Спостереження показують, що найбільш привабливою у спілкуванні є плавна, спокійна, розмірена манера мови.

3. Виразні якості голосу:

- характерні специфічні звуки, що виникають при спілкуванні: сміх, хмикання, плач, шепіт, подихи й ін.; розділові звуки - це кашель;
- нульові звуки - паузи;
- звуки назалізації - «хм-хм», «е-е-е» й ін.

Т. А. Ван Дейк у якості одного з рівнів аналізу висловлення виділяє паралінгвістичу діяльність і відносить до неї дейктичні та інші жести, вираження особистості, рух тіла й фізичні контакти між учасниками.

До кінця ХХ сторіччя з'явився новий тип вченого-соціолога-фахівця у галузі невербаліки. Як орнітолог насолоджується спостереженням за поведінкою птахів, так і невербалік насолоджується спостереженням за невербальними знаками й сигналами при спілкуванні людей. Він спостерігає за ними на офіційних прийомах, на пляжі, по телебаченню, на роботі - усюди, де люди взаємодіють між собою. Він вивчає поведінку людей, прагнучи більше довідатися про вчинки своїх товаришів для того, щоб тим самим більше довідатися про себе й про те, як поліпшити свої взаємини з іншими людьми. Майже неймовірно, що більш ніж за мільйон років еволюції людини невербальні аспекти комунікації почали серйозно вивчатися тільки з початку шістдесятих років, а громадськості стало відомо про їхнє існування тільки після того, як Юлій Фаст опублікував свою книгу в 1970 році. Ця книга узагальнювала дослідження про невербальні аспекти комунікації, пророблені вченими - біхевіористами до 1970 року, але навіть сьогодні більшість людей усе ще не знають про існування мови руху тіла, незважаючи на її важливість у їхньому житті[1; 135-143].

Візуальний контакт є винятково важливим елементом спілкування. Дивитися на мовця означає не тільки зацікавленість, але й допомагає нам зосередити увагу на тому, що нам говорять люди, мовці, звичайно дивляться в очі один одному не більше 10 секунд. Якщо на нас дивляться мало, ми маємо підстави думати, що до нас або до того, що ми говоримо, ставляться погано, а якщо занадто багато, це може сприйматися як виклик або ж гарне до нас відношення. Крім того, замічено, що коли людина бреше або намагається сховати інформацію, його очі зустрічаються з очами партнера менш 1/3 часу розмови[2; 155-173].

У процесі розмови співрозмовники мимоволі звертають увагу на навколишню їхню обстановку. У цьому змісті кабінет керівника є свого роду його візитною карткою. Інтер'єр офісу говорить багато про що: про статок фірми, її надійності. Тому треба прагнути до того, щоб місце, де керівник приймає відвідувачів, робило найкраще враження, а атмосфера підвищувала його діловий статус. Однак, варто пам'ятати, що занадто розкішний офіс сприймається відвідувачами з недовірою.

Список використаних джерел

Іржі Томан. Мистецтво говорити. - К., 2000. - 672 с.

Алан Пиз. Язык жестов. - М., 2001. - 286 с.

Науковий керівник - Кудояр Л.М., доцент

## ПОНЯТТЯ КОНФЛІКТУ ТА СПОСОБИ ЙОГО ВИРІШЕННЯ

Бересток Т.О., студ. гр. ФЕ-71

Конфлікт - це відсутність згоди між двома і більше сторонами, які можуть бути конкретними особами або групами осіб. Кожна сторона робить все, щоб була прийнята її точка зору або мета, і заважає іншій стороні робити те ж саме.

Предмет конфлікту - це те основне протиріччя, через яке і задля вирішення якого сторони вступають в боротьбу.

Типи конфліктів:

По дії на функціонування групи:

- Конструктивні (функціональні) конфлікти призводять до прийняття обґрунтованих рішень і сприяють розвитку взаємин. Наслідками такого конфлікту: проблема вирішується таким шляхом, який влаштовує всі сторони, і всі почувають себе причетними до її вирішення; спільно прийняте рішення швидше і краще втілюється в життя; сторони набувають досвід співпраці при вирішенні спірних питань; практика вирішення конфліктів між керівником і підлеглими руйнує так званий "синдром покірності" - страх відкрито висловлювати свою думку, відмінну від думки старших за посадою; поліпшуються відносини між людьми; люди перестають розглядати наявність розбіжностей як "зло", завжди призводить до поганих наслідків.

- Деструктивні (дисфункціональні) конфлікти перешкоджають ефективній взаємодії і прийняттю рішень. Наслідки такого конфлікту: непродуктивні, конкурентні відносини між людьми; відсутність прагнення до співпраці; представлення опонента, як "ворога", його позиції - тільки негативна, а своя позиція - виключно позитивна; скорочення або повне припинення взаємодії з протилежною стороною; переконання, що "перемога" в конфлікті важливіше, ніж вирішення реальної проблеми; почуття образи, незадоволення, поганий настрій.

По змісту:

- Реалістичні конфлікти викликаються незадоволенням певних вимог учасників або несправедливим, на думку однієї або обох сторін, розподілом між ними будь-яких переваг.

- Нереалістичні конфлікти мають на меті відкритий вираз накопичених негативних емоцій, образ, ворожості, тобто гостра конфліктна взаємодія стає тут не засобом досягнення конкретного результату, а самоціллю.

По характеру учасників:

- Внутрішньоособистісний конфлікт - має місце тоді, коли відсутня згода між різними психологічними факторами внутрішнього світу особистості:

потребами, мотивами, цінностями, почуттями і т.д. Тут причина конфлікту - неузгодженість особистих потреб та вимог.

- Міжособовий конфлікт, його причиною є не лише різниця в характерах, поглядах, манери поведінки людей (тобто суб'єктивні причини), найчастіше в основі таких конфліктів лежать об'єктивні причини. Найчастіше це боротьба за обмежені ресурси (матеріальні засоби, обладнання, виробничі площі, робочу силу тощо). Кожен вважає, що в ресурсах потребує саме він, а не хтось інший. Конфлікти виникають також між керівником і підлеглим.

- Конфлікт між особистістю і групою виникає тоді, коли будь-хто з членів організації порушує норми поведінки або спілкування, що склалися в неформальних групах. До цього виду відносяться і конфлікти між групою і керівником, які протікають найважче при авторитарному стилі керівництва.

- Груповий конфлікт - це конфлікт між формальними і (або) неформальними групами, з яких складається організація. Наприклад, між адміністрацією і рядовими працівниками, між працівниками різних підрозділів, між адміністрацією і профспілкою.

Причини конфліктів:

Розподіл ресурсів;

Взаємозалежність задач - якщо одна людина (або група) залежить від іншої людини (або групи) у виконанні завдання;

Різниця у цілях - вірогідність такої причини зростає в міру збільшення організації, коли вона розбивається на спеціалізовані підрозділи;

Відмінності в способах досягнення цілей - коли існують різні погляди на шляхи і способи досягнення загальних цілей навіть при відсутності суперечливих інтересів. При цьому кожен вважає, що його рішення найкраще, і це є основою для конфлікту;

Незадовільні комунікації - неповна або неточна інформація або відсутність необхідної інформації;

Різниця у психологічних особливостях.

Стилі вирішення конфліктів:

Ухилення - людина намагається відійти від конфлікту. Її позиція - не потрапляти в ситуації, що провокують виникнення протиріч, не вступати в обговорення питань, що можуть призвести до розбіжностями.

Згладжування - людина переконана, що не варто сердитися, тому що «ми всі - одна щаслива команда, і не слід розгойдувати човен». Такий «сглажуватель» намагається не випустити назовні ознаки конфлікту, апелюючи до потреби в солідарності. Але при цьому можна забути про проблему, що лежить в основі конфлікту. У результаті може настати мир



і спокій, але проблема залишиться, і в кінцевому підсумку відбудеться «вибух».

Примус - спроби змусити прийняти свою точку зору будь-яку ціну. Той, хто намагається це зробити не цікавиться думкою інших, звичайно поводить себе агресивно, для впливу на інших користується владою шляхом примусу. Такий стиль може бути ефективний там, де керівник має велику владу над підлеглими, але він може придушити ініціативу підлеглих, створюючи велику вірогідність того, що буде прийняте невірне рішення, тому що представлена тільки одна точка зору. Він може викликати обурення, особливо в більш молодого і більш освіченого персоналу.

Компроміс - прийняття точки зору іншої сторони, але лише до певної міри. Здатність до компромісу високо цінується в управлінських ситуаціях, тому що це зводить до мінімуму недоброзичливість, що часто дає можливість швидко вирішити конфлікт до задоволення обох сторін. Однак, використання компромісу на ранній стадії конфлікту, що виник по важливій проблемі може скоротити час пошуку альтернатив.

Рішення проблеми - визнання розходження в думках і готовність ознайомитися з іншими точками зору, щоб зрозуміти причини конфлікту і знайти курс дій, прийнятний для всіх сторін. Той, хто використовує такий стиль не намагається домогтися своєї мети за рахунок інших, а скоріше шукає найкращий варіант рішення. Даний стиль є найбільш ефективним у рішенні проблем організації.

Люди за характером, за темпераментом і багатьом іншим критеріям неоднакові, тому вони по-різному сприймають ситуацію, в якій опиняються. Людина, наскільки б безконфліктним вона не була, не в змозі уникнути розбіжностей з оточуючими. Скільки людей - стільки думок, і інтереси різних людей вступають у протиріччя один з одним. Різниця в сприйнятті часто призводить до того, що люди не погоджуються один з одним з певного приводу. Конфлікт визначається тим, що свідомо поведінка однієї зі сторін (особистості, групи або організації) порушує інтереси іншої сторони. Поняття конфлікту має безліч визначень і тлумачень, але всі вони підкреслюють наявність протиріччя, яке приймає форму розбіжностей, якщо йдеться про взаємодію людей.

Наук. кер. –Сахно П.І., ст. викладач

# СТАВЛЕННЯ МОЛОДІ ДО ВЖИВАННЯ СПИРТНИХ НАПОЇВ

Рипун О.М., студ. гр. ЕС-71

Особлива увага нашого суспільства спрямована на охорону та зміцнення здоров'я молоді, на виховання її в дусі негативного ставлення до будь-яких проявів пияцтва та алкоголізму. Адже державі не байдуже, хто прийде на зміну старшому поколінню: морально й духовно стійка здорова зміна чи квола, духовно спустошена молодь.

На всіх етапах розвитку людського суспільства пияцтво та алкоголізм були серйозним гальмом прогресу. Останнім часом серйозне занепокоєння викликає те, що вживають спиртні напої юнаки та дівчата. Серед причин смерті алкоголізм і пов'язані з ним захворювання поступаються лише серцево-судинним захворюванням та злоякісним пухлинам. З'ясовано, що найбільше страждає від алкоголю нервова система людини. Учені довели, що навіть невелика кількість спиртного порушує злагоджену роботу кори головного мозку. Алкоголь - це отрута, яка заважає здійсненню нормального процесу обміну речовин.

На Всеукраїнському форумі "Здоров'я нації" Віктор Ющенко відзначив, що сьогодні, за статистикою, 70 % української молоді у віці від 12 до 20 років вживають алкоголь та курять. Тому він закликав зробити основний акцент на боротьбі з усіма шкідливими звичками. Закликає необхідність боротьби з рекламою алкоголю та тютюнових виробів на телебаченні. Активісти протиалкогольного руху звинувачують у цьому рекламу та наполягають на її забороні. Виробники ж стверджують, що причиною цих явищ є убогість дозвілля більшої частини населення та відсутність її соціальної культури.

Як показує дослідження Українського інституту соціальних досліджень, 28% школярів скуштували пиво у десять років; 50% дітей спробували алкогольні напої у віці 13-16 років. Серед сімнадцятирічних школярів 89% уже скуштували алкогольні напої, починаючи від світлого пива і закінчуючи горілкою. Алкоголізм починає молодшати. На одну особу в Україні припадає понад 15 літрів алкогольних напоїв, тоді, як стадією схильною до алкоголізму вважається та, коли на людину припадає 10 літрів. Через надзвичайну актуальність цієї проблеми я і вирішив сам дослідити її.

Дослідження проводилося серед студентів СумДУ – жителів гуртожитку №3. Респондентам був запропонований наступний перелік питань:

Чи вживаєте Ви алкогольні напої? Якщо так, то як часто?

В якому віці вперше спробували спиртне, і яке саме?

Якому напою віддаєте перевагу, чому?

Навіщо Ви вживаєте спиртне?

Де купуєте алкогольні напої?

Чи вважаєте залежність від алкоголю серйозною проблемою?

Хоча більшість опитаних були чоловічої статі і ми передбачали приблизні результати, але проаналізувавши отримані відповіді були здивовані.

Виявляється, що майже 80% респондентів вживають алкогольні напої, причому 32% з них роблять це регулярно (кілька разів на тиждень), а 6% - взагалі, кожного дня. 77% спробували спиртне у віці 9-13 років, ще 12% - приблизно в 14-16 років, а деякі не пам'ятають, бо це, цитую: «було ще тоді, як я в початкові класи ходив»! Майже всі вперше скуштували пиво, дехто – бренд-колу, горілку чи навіть самогон.

На третє питання 92% відповіли: «Звичайно пиво». І лише 8% віддають перевагу вину (всі з них жіночої статі). Пиво стало улюбленим напоєм більшості, через відносно невисоку ціну або тому, що воно смачне і слабоалкогольне. 88% респондентів вважають, що алкоголь – це найкращий спосіб розслабитись, тому й мають дружні відносини з цим «зеленим змієм», решта вживають спиртне, бо це чи не єдиний спосіб відсвяткувати якусь подію, і без цього ніяк.

На питання про місце купівлі, всі опитувані відповіли приблизно так: «Та де завгодно, де ближче і дешевше».

Та найбільше засмутили відповіді на останнє питання. Усі 100% впевнені, що вони не алкоголіки. «Це не залежність», - говорять вони, - «а лише спосіб проведення вільного часу або святкування тієї чи іншої події».

Але ж чому тоді Україна кожного року займає лідерські позиції у невтішному списку вживання алкоголю серед молоді? Чому значна частина смертей у нашій країні – результат дії спиртного? Напевно, саме тому, що молодь не вважає це проблемою. Та і як можна вороже ставитись до алкоголю, якщо ми кожного дня бачимо бігборди з рекламою «оковитої», чуємо по радіо про спиртні напої, які є спонсорами програм і предметом рекламних роликів, ну і звичайно

бачимо всі можливі види та марки алкоголю по телевізору. Причому рекламують їх зовсім не ті, що збираються помирати, а навпаки – здорові успішні люди. Більш того, останнім часом спиртне рекламують провідні спортсмени (брати Кличко, А.Шевченко, В.Вірастюк та ін.) У молоді складається враження, що кращі марки алкогольних напоїв – це залог успіху. Але ж це нонсенс, це дві протилежні речі!

З усього вищесказаного випливає, що для зменшення відсотку вживання алкоголю серед молоді, слід викоринити рекламу на спиртні напої, зробити не таким доступним придбання їх в торгових мережах. Потрібно значно збільшити кількість місць, де молодь могла б із користю та задоволенням провести свій вільний час. Лише тоді, можливо, нація почне виздоровлювати від цієї підступної хвороби.

Наук. кер. – Сахно П.І., *ст. викладач*

## ПОНЯТТЯ ІНТУЇЦІ ТА СТАВЛЕННЯ ДО НЕЇ ЛЮДЕЙ

Гончаренко О.О., *студ. гр. ЕП-71*

Інтуїція – це досить незвичайне явище у нашому світі. Її не кожен може пояснити, але все ж таки вона існує і впливає на шаше життя. Інтуїція трактується по-різному в різних джерелах.

За Кантом інтуїція використовується як первинне поняття по відношенню до усвідомлення речей та є безпосереднім, тому що не залежить від допомоги понять.

За сучасним тлумачним словником української мови, інтуїція – це здатність безпосереднього пізнання істини без будь-якого зв'язку з чуттєвим і раціональним пізнанням; має підсвідомий характер, усвідомлюється лише результат, здогад, проникливість, чуття.

У повсякденному житті людям часто доводиться покладатися на інтуїцію. Чисто інтуїтивне рішення - це вибір, зроблений тільки на основі відчуття того, що він правильний. Те, що ми називаємо «Осяяння» або «шостим чуттям», і є інтуїтивним рішенням. У складній організаційній ситуації можливі тисячі варіантів вибору.

Вся проблема інтуїції полягає в тому, щоб зрозуміти, що вона існує, надати їй право голосу і довіряти. Перш, ніж довіряти інтуїції, необхідно навчитися її відчувати. Навчитися відокремлювати правду від неправди, шосте почуття від фантазій.

Кожна людина наділена інтуїцією. Певний процент дій і рішень кожного з нас приймаються чисто інтуїтивно і закінчуються повним успіхом.

Учені, провівши дослідження, з'ясували, що інтуїція - це та ж логіка, тому вона рівною мірою властива й чоловікам і жінкам, але більше розвинена в жінок, оскільки жіночий спосіб мислення відрізняється від чоловічого і вчинки іноді більше підвладні почуттям, ніж холодній чоловічій логіці.

Жінки більше чутливі, і їх мозок сприймає величезну кількість зовнішніх сигналів, не завжди встигаючи їх обробити, але інформація про це зберігається... І вже пізніше спливає як сигнали до дії або бездіяльності. Саме так ці сигнали змушують нас «передчувати» ситуацію.

Я думаю, що джерела інтуїції лежать у материнстві, оскільки більшою мірою матерям властива чуйність і спостережливість, адже спостерігаючи за малям, мама визначає причини його плачу, занепокоєння. А материнський інстинкт властивий всім жінкам, і закладений з народження, тобто все відбувається на рівні підсвідомості.

Виходячи із цього визначення можна сказати, що жіноча інтуїція - це різьоча здатність обробляти безліч інформаційних потоків і поєднувати їх у єдине ціле, у результаті чого передбачати обставини або події, не вишиковуючи при цьому логічних ланцюжків, а встановлюючи підсвідомий зв'язок.

Мною було проведено анонімне опитування, щодо ставлення людей до інтуїції. Я отримав наступні результати:

97.8 % опитаних вважають, що інтуїція людині потрібна і лише 2.2% вважають, що ні;

75.6 % опитаних довіряють власній інтуїції, не довіряють – 24.4 %;

60 % опитаних часто покладаються на власну інтуїцію, довіряють їй в екстремальних ситуаціях і вірять в жіночу інтуїцію.

Часто ми приймаємо рішення, не керуючись знаннями чи аргументами. Якесь надсвідоме відчуття говорить нам, що так правильно. Таке миттєве осяяння – це інтуїція.

Довіряти інтуїції треба, але спершу – навчитися її відчувати, аби не спутати її з фантазією.

Жіноча інтуїція – особлива. Причина цього у різниці способу мислення чоловіків і жінок. Ще одним секретом цього факту є те, що джерела інтуїції лежать у материнстві.

Провівши анонімне анкетування, на відповідях я переконався, що більшість довіряють власній інтуїції і вважають, що вона потрібна.

Наук. кер. – Сахно П.І., ст. викладач

## ВПРАВИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ПАМ'ЯТІ

Рогоз В. М.

Пам'ять - одна з функцій нашого передсвідомого мислення.

Усіляке враження, думка або вчинок залишаються в передсвідомому складі нашої пам'яті, відповідно нічого не забувається остаточно. Багато що зовсім забуте повертається в область свідомості, викликаючись асоціацією думок, бажань, необхідністю або зусиллям. Багато розумових вражень залишаються на протязі життя у області передсвідомого, впливаючи на наші думки, ідеї та дії.

Вправи для сприйняття зорових відчуттів базуються на підвищеній увазі до предмета, що спостерігається в стані спокою, формування точного образу цього предмета після заплющення очей з подальшим відтворенням образу з деталями на папері.

У різних вправах предмет (або декілька предметів) споглядається впродовж короткого проміжку часу (1-2 с) або досить довгий час (10 - 15 хв.).

Вправи для сприйняття слухових відчуттів ґрунтуються на підвищеній увазі до розмов людей, намагатися запам'ятати щонайбільше інформації, повторюючи почуту інформацію та ідентифікувати співрозмовників, відвернувшись від них. Також потрібно вловлювати на слух музикальні витвори, відбивати їх ритм, збільшуючи обсяг з часом.

Дати найкраще запам'ятовуються, якщо їх уявляти числом над подіями для людей із кращою зоровою пам'яттю та складанням та заучуванням віршів з датами для людей з ліпшою слуховою пам'яттю. При запам'ятовуванні цін краще за все в уяві пов'язувати ціну товару з самим товаром.

Інші числа або асоціюються з певним предметом, або споглядають ся, відмічаючи деталі та форму цифр.

Для запам'ятовування місць необхідно частіше обертатись та помічати пройдені границі. Також корисно вивчати карти та здійснювати по ним уявні подорожі, причому карту бажано завчити повністю або частково. Для кращого запам'ятовування слід малювати карту в деталях після заучування.

Для розвитку пам'яті на обличчя необхідно постійно вивчати обличчя оточуючих людей, відмічаючи форму голови та обличчя, носа, рота вух, лоба; читати тексти по фізіономіці. Також потрібно малювати обличчя вивчених людей в уяві.

Для того, щоб запам'ятовувати імена, спочатку потрібно зацікавитися ними, тлумачити, відмічати особливості, спільності та розходження. Відійшовши від людини потрібно згадувати його зовнішність у зв'язку з іменем. Легко згадувати ім'я письменника, пов'язуючи його з уявленням книги. Можна записувати ім'я та певний час споглядати його. При забуванні імені найкраще згадувати шляхом перебору літер алфавіту, щоб знайти першу літеру імені. Також потрібно пригадувати місце першої зустрічі, її особливості, зовнішній вигляд людини.

Наук. кер. – Сахно П.І., *ст. викладач*

## **САМОРЕГУЛЯЦІЯ ТА САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧИННИК ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

Білоус Я.О., *студ. гр. СУ-71*

Проблема саморегуляції діяльності людини за останні десятиліття стала однією з ключових у психологічній науці.

Саморегуляція навчальної діяльності має ту ж структуру, що й саморегуляція будь-якої іншої діяльності, а саме:

- планування - визначення цілі та послідовності здійснення навчальних цілей;
- моделювання - урахування значущих умов навчальної діяльності, необхідних для її виконання;
- програмування - визначення послідовності виконання дій;
- оцінка результатів - співвідношення результатів із критеріями, визначеними викладачем чи самим студентом;
- контроль за результатами та корекція навчальних дій на основі індивідуально прийнятих еталонів успішності.

Одним із найважливіших джерел формування особистісно-ціннісного потенціалу молодої людини є вищий навчальний заклад, головною метою якого є забезпечення навчання, виховання і розвитку особистості.

Проблема особистісного зростання є особливо значущою, адже людина з високим рівнем прагнення до самоактуалізації набагато легше робить життєвий вибір, вона активніша і відповідальніша за власні дії. Оцінюючи значення самоактуалізації, Т. Титаренко відзначає: „Потреба в самоактуалізації є природною і необхідною

власне людською потребою, яка надає індивідуальному життю яскравої спрямованості і глибокого смислу, зміцнює віру в себе і дає сили вистояти серед життєвих негараздів". Однак молодій людині у 17 - 21 рік ще нереально досягти максимального розвитку здібностей, своїх потенційних можливостей. Самоактуалізація, як переконує А. Маслоу, є напруженим процесом „ поступового зростання, копіткої праці, нагромадження маленьких досягнень”.

Студент повинен усвідомити чи визначити навчальні цілі, проаналізувати умови навчальної діяльності та продумати послідовність виконання дій, іншими словами, пристосувати програму дій до значущих умов навчальної діяльності. Процес виконання супроводжується контролем, оцінкою та корекцією дій відповідно до отриманих результатів, змінених умов та визначених цілей. Зазначені процеси взаємопов'язані і можуть здійснюватися як послідовно, так і паралельно.

На основі розробленої методики дослідниками виділено 3 стилі саморегуляції навчальної діяльності студентів та їх різновиди - автономний (організований та контрольний – коригуючий), оперативний (гнучке врахування значущих умов та оперативність побудови програм навчальних дій), стійкий. Кожен з описаних стилів має сильні і слабкі сторони.

Одним із найбільш важливих і складних завдань у дослідженні проблеми саморегуляції в навчальній діяльності є вивчення її психологічних механізмів та виявлення їх взаємодії.

Було проведено анонімне опитування студентів віком від 17 до 23 років, воно стосувалося питань саморегуляції їх навчальної діяльності, і на основі отриманих результатів я зробив наступні висновки:  
68,6 % опитаних визначають цілі та послідовності здійснення навчальних цілей тобто займаються плануванням, а 31,4 % ні;  
91,3 % програмують навчальну діяльність - визначають послідовність виконання дій, 8,7 % вважають, що їм це не потрібно;  
85 % оцінюють отримані результати, а 15% на них не зважають.

Аналіз загальних закономірностей саморегуляції індивіда дозволив встановити, що вони залежать також від особливостей нервової діяльності, від особистісних якостей та від його звичок в організації дій, сформованих у процесі виховання.

Чим складніша здійснювана психічна діяльність, тим більше перепон на шляху до цілі, тим більше вольове зусилля потрібне людині, особливо якщо вона втомлена, відчуває внутрішню слабкість. Таким чином, лише зусилля виступає як важливий прояв вольової саморегуляції особистості.

Наук. кер. – Сахно П.І., *ст. викладач*



## МЕТОДИКИ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТА

Толбатов С.В., студ. гр. СУ-72

В общем виде интеллект - это система психических механизмов, которые обуславливают возможность построения "внутри" индивидуума объективной картины происходящего (Холодная).

С психологической точки зрения назначение интеллекта - создавать порядок из хаоса на основе приведения в соответствие индивидуальных потребностей с объективными требованиями реальности.

Долгие годы монополия в изучении интеллектуальных возможностей человека принадлежала тестологии.

Впервые о существовании индивидуальных различий в умственных (интеллектуальных) способностях заговорил Фр. Гальтон. Но он отождествлял интеллект с врожденными психофизиологическими функциями (реакция, чувствительность...).

В 1905 г. А.Бине и Т.Симон - в связи с запросами правительства найти способ отличать неспособных детей создали первую серию тестов (30 заданий). "Интеллект - правильное суждение, понимание, размышление, которые благодаря своему здравому смыслу и инициативности помогают человеку приспособиться к обстоятельствам жизни".

$IQ = (\text{умственный возраст} / \text{хронологический возраст}) * 100 \%$ , где умственный возраст - это средний возраст детей, которые решают те же задания, что и испытуемый (то есть, если 6-летний ребенок решает задания для 8-летних, его умственный возраст равен 8 годам) [1].

Бине и Симон впервые выдвинули идею о влиянии окружающей среды на особенности познавательного развития; однако интеллект в их понятии ограничивался только достигнутым на данный момент уровнем изучаемых особенностей (то есть репродуктивной его стороной).

2 тенденции в развитии представлений об интеллекте:

- 1) Признание общего фактора интеллекта;
- 2) Отрицание какого-либо общего начала интеллектуальной деятельности и утверждение существования множества независимых интеллектуальных способностей.

### 1) Целостный интеллект

К. Спирмен. Двухфакторная система: general factor (g) есть собственно интеллект сущность которого сводится к индивидуальным различиям в "умственной энергии" (его составляет сумма результатов всех тестовых заданий); фактор s - характеризует специфику каждого конкретного задания. Спирмен разграничил уровневые свойства

интеллекта: 1 - показатели сформированности основных сенсорно-перцептивных и вербальных функций и 2 - комбинаторные свойства (способность выяснять связи между стимулами).

Несколько позже Дж.Равен продолжил развитие этой идеи, выделив продуктивный интеллект или способность выявлять связи и соотношения, и приходить к выводам, непосредственно не представленным в заданной ситуации; и репродуктивный интеллект - то есть способность использовать прошлый опыт и усвоенную информацию. Им создан тест "матрицы Равена".

Р. Кеттелл разделил спирменовский g-фактор на 2 компонента: gc - кристаллизованный интеллект (репродуктивная способность; результат образования и различных культурных влияний; его функция - накопление и организация знаний; определяется тестами на запас слов, чтение, учет социальных норм...) и gt - текущий интеллект (продуктивная способность; основа - биологические особенности НС; функция - быстро и точно обрабатывать информацию, определяется тестами на выявление закономерностей + 3 фактора: визуализация (способность манипулировать образами при решении дивергентных задач), память и скорость.

Ф. Вернон. Фактор g распадается на 2 основных групповых фактора: вербально-цифровой-образовательный и механико-пространственный-практический.

2) Множественность и независимость интеллектуальных способностей

Л. Терстоун. 7 первичных умственных способностей: факторы: 1 - пространственный, 2 - восприятие, 3 - вычислительный, 4 - вербальное понимание, 5 - беглость речи, 6 - память, 7 - логическое рассуждение.

Структурная модель Дж. Гилфорда: 120 узкоспециализированных независимых способностей, определяющихся сочетанием трех групп аспектов: 1 - тип операции (познание, оценка...), 2 - содержание материала (конкретное, символическое, семантическое, поведенческое...), 3 - конечный продукт. Гилфорд отрицал реальность общего интеллекта, хотя в 98 % случаев отдельных способности коррелировали между собой [2].

А. Ягер: "берлинская модель структуры интеллекта":

- операции (в том числе скорость, память, креативность);

- содержание (в том числе вербальное, цифровое, наглядное). Общий интеллект - продукт взаимопересечений всех типов операций и всех типов содержаний.

Кризис тестологического подхода к изучению интеллекта: несмотря на мощное методологическое обеспечение изучения

интеллектуальных способностей, тестология не смогла породить сколь-нибудь приемлемую концепцию интеллекта. Кроме того приверженцы взглядов на интеллект как единую структуру пришли к парадоксальному выводу о множестве различных не всегда зависимых друг от друга способностей; а приверженцы идеи множественного интеллекта убедились в наличии общего начала всех проявлений интеллекта. При более внимательном рассмотрении оказывается, что содержание тестов зачастую подменяет понятие интеллекта либо общим уровнем образовательного и культурного развития (к тому же оценка "правильности-неправильности решения заданий зависит от соответствующей культуры), либо способностью к обучению (которая не тождественна на самом деле интеллекту). Кроме того, низкие результаты тестов связаны с тревожностью, агрессивностью, интраверсией; то есть возможна подмена измерения интеллектуальных способностей измерением сформированности индивидуальных механизмов саморегуляции.

В отечественной психологии интеллект рассматривается как компонент индивидуальности, связанный с личностными характеристиками (исследования связей интеллекта с эмоционально-волевыми особенностями, социально-экономическими условиями и т.д.)

Интеллект необходимо рассматривать как сложную многоуровневую структуру:

1. Интеллект как результат процесса социализации, а также влияния культуры в целом (социокультурный подход);
2. Интеллект как следствие адаптации к требованиям окружающей среды в естественных условиях взаимодействия человека с окружающим миром (генетический подход);
3. Интеллект как особая форма человеческой деятельности (процессуально-деятельностный подход);
4. Интеллект как продукт целенаправленного обучения; и
5. Интеллект как совокупность элементарных процессов обработки информации (информационный подход);
6. Интеллект как особая форма содержания сознания (феноменологический подход);
7. Интеллект как система разноуровневых познавательных процессов (структурно-уровневый подход);
8. Интеллект как фактор саморегуляции (регуляционный подход) [3].

Интеллектуальная одаренность - такое состояние индивидуально-психических ресурсов (в первую очередь умственных), которое обеспечивает возможность творческой интеллектуальной деятельности, связанной с созданием субъективно и объективно новых идей,

использованием нестандартных подходов в разработке проблем, чувствительностью к ключевым, наиболее перспективным линиям поиска решений; открытостью к любым инновациям...

Дж. Рензулли предлагает модель интеллектуальной одаренности, которая является "местом пересечения" трех факторов:

- интеллектуальные способности выше среднего уровня;
- креативность;
- мотивационная включенность.

Эта и другие модели свидетельствуют о том, что интеллектуальная одаренность исключает ее сведение только к высокой оценке на тестах интеллекта.

Р. Стенберг выделяет 5 критериев интеллектуальной одаренности:

1. Критерий превосходства (тестового);
2. Критерий редкости (нетипичности);
3. Критерий продуктивности;
4. Критерий демонстративности (повторяемости);
5. Критерий ценности (для данной культуры).

Выводы. Таким образом, изучение интеллекта, его свойств и особенностей, занимало и занимает одну из важнейших ролей в психологии. С развитием науки и человечества, давались новые определения, появлялись новые практические и теоретические знания. Учеными создавались различные модели для изучения и объяснения функционирования интеллекта. Был разработан коэффициент, описывающий уровень развития (IQ). Созданы множественные тесты и методики для анализа и диагностики как конкретного индивида так и целых групп людей.

Список использованной литературы

- 1). Агафонова И.Н. и др. Методики изучения интеллекта / Агафонова И.Н., Колеченко А.К., Погорелов Г.А., Шеховцова Л.Ф. - Часть 1. - СПб., 1991.
- 2). Блейхер В.М., Бурлачук Л.Ф. Психологическая диагностика интеллекта и личности. - Киев: Вища школа, 1984. - 142 с.
- 3). Бурлачук Л.Ф. Психодиагностические методы исследования интеллекта. - Киев, 1985.

Наук. рук. - Сахно П.І., доцент

## ЄВРОРЕГІОНИ УКРАЇНИ: МЕТА СТВОРЕННЯ

Король С.М.,  
*аспірант кафедри політології,  
соціології та психології*

Сучасна концепція транскордонного співробітництва у сфері регіонального розвитку насамперед пропонує переосмислити наші застарілі уявлення про адміністративно - територіальний устрій країни, що дісталися в спадок від комуністичної системи, про жителів прикордонних територій, про розвиток цих територій, про властиві їм проблеми і т.д. Адже які б благородні цілі не ставили перед собою, створюючи і зміцнюючи свої кордони, жителі прикордонних регіонів опиняються в дуже не вигідному становищі, відчуваючи на собі всі тяготи обмежень, пов'язаних із пересуванням людей, товарів, ідей і послуг. До того ж, перебуваючи на задвірках країни, вони відчувають традиційну не увагу до них з боку центральної влади і стають заручниками регіональної диспропорції. Для самостійного ж розв'язання своїх проблем у них немає ні коштів, ні можливостей. Як результат, багато регіонів перетворюються на депресивні, відсталі території. Тим часом, від рівня розвитку цих територій, від якості життя залежить багато чого, в тому числі й цілісність прикордонної держави.

На міжнародному рівні для вирішення цих проблем, а також для вирівнювання європейських регіонів, стирання кордонів між ними, з метою створення єдиної толерантної і процвітаючої Європи в 1980 році і була прийнята Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними громадами або органами влади, спрямовану на більш тісне співробітництво між прикордонними регіонами в сфері економіки, екології, науки, культури ... Для цих цілей у Європі створені і функціонують євро регіони.

Євро регіони, як форма прикордонного співробітництва, сприяють не тільки посиленню та поглибленню добросусідських відносин між державами, а й є своєрідним інструментом для інтеграції тієї чи іншої країни до європейських структур. Це особливо важливо для України в зв'язку з просуванням кордонів Євросоюзу. Євро регіони розглядаються і як засіб врегулювання можливих територіальних проблем двох держав. Вони знімають напругу в царині можливих

територіальних претензій. Дозволяють вирішувати проблеми, пов'язані зі становищем національних меншин. Це свого роду й полігон для апробації сумісності законодавства різних країн і правових систем.

Намагаючись наслідувати європейський досвід, Україна ще сім років тому, коли про необхідність транскордонного співробітництва говорилося лише в наукових колах, звернула свій погляд на такий феномен, як єврорегіони. У 1993 році вона взяла участь у створенні першого - Карпатського - єврорегіону. У нього ввійшли чотири області України (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська та Чернівецька) та прикордонні регіони Польщі, Угорщини, Словаччини та Румунії. У 1995 році з участю Волинської області та Люблінського воєводства Польщі було сформовано єврорегіон «Буг», до складу якого три роки ввійшла і Брестська область Білорусі. У 1998 році за участю Одеської області і трьох повітів від Румунії та Молдови було створено єврорегіон «Нижній Дунай».

У 2007 р. був створений євро регіон «Ярославна» в складі Курської області (РФ) і Сумської області (Україна). Єврорегіон був створений з метою розвитку співробітництва прикордонних територій в наступних напрямках:

- всесторонній економічний розвиток;
- комунікації, транспорт та зв'язок ;
- наука, нові технології, освіта ;
- покращення стану навколишнього середовища;
- ліквідація надзвичайних ситуацій, стихійних лих та їх наслідків;
- покращення якості життя населення через розробку і реалізацію збільшення зайнятості;
- розвиток регіональної економіки сторін через покращення інфраструктури прикордонних районів.

## СЕКЦІЯ «МОВОЗНАВСТВО»

### СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В КОМУНІКАТИВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ

Переломов А., *аспірант*.

Сучасний світ під впливом різноманітних широкомасштабних процесів змінюється, змушуючи людство відчувати динамічність свого існування. Суспільство все більше занурюється в глобалізаційні процеси епохи постмодернізму. Змінюються і структура, і саме світосприйняття людей. Ті ж самі реалії сьогодні бачаться в іншому ракурсі, наповненому тенденціями сучасних змін. Такі одвічні категорії, як час, гроші, відстані і навіть почуття, що супроводжують людське буття, розуміються вже сьогодні дещо по-іншому.

Розширення міжнародної політики держав, економічна і фінансова інтеграція, колосальні зміни в галузі інформаційних технологій, а також засобів масової інформації, розширення впливу мережі Інтернет – усе це зумовлює глобальну зв'язаність людства на всесвітньому рівні, наслідком чого стає глобальна міжкультурна комунікація. Сформований інформаційний простір мережі Інтернет набуває все більшої схожості з реальністю, маючи всі ознаки соціального суспільства. Інформаційний кіберпростір корегує ціннісні пріоритети людини за допомогою спілкування у віртуальних соціальних мережах.

Соціальна мережа – це соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відображає розгалужені зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними зв'язками. У наш інформаційний час, яким управляє простір потоків, спостерігається стрімка активізація віртуальних соціальних мереж. У таких мережах здебільшого спілкуються друзі, бізнес-партнери або інші індивіди, які встановлюють зв'язки за допомогою віртуального інструментарію.

Це приводить до виникнення віртуального співтовариства (virtual communities, e-communities), що представляють собою новий тип співтовариств, які виникають і функціонують у віртуальному просторі (здебільшого у мережі Інтернет). Їх мета – сприяння і вирішення професійних, політичних задач, задоволення своїх інтересів, дозвілля, і т. д.

Віртуальні співтовариства — це абсолютно реальні групи реальних людей, які для взаємообміну інформацією використовують електронні засоби та мережі. У свою чергу такі співтовариства теж можуть об'єднуватись у мережеві структури на ґрунті спільних інтересів. Інформатизація всіх сфер діяльності сучасної людини і бурхливий розвиток новітніх комп'ютерних технологій створюють усі умови для реалізації програм оперативного доступу до віддалених матеріальних і інтелектуальних ресурсів, розподіленим по всій земній кулі.

Різноманітність віртуальних спільнот визначається їх тематичністю, тобто метою створення. Одні мережі створюються суто для пошуку однокласників. (До речі перша віртуальна спільнота *classmates.com* була створена саме з цією метою.) Інші — для обміну науковою інформацією, книжками, фотографіями, музикою, або просто загальним обміном будь якою інформацією.

Комунікація, яка виникає у віртуальних соціальних мережах, має дещо інший характер, порівняно зі спілкуванням у реальному житті. Найбільший вплив йде саме від усвідомлення віртуального простору і всіх тих особливостей, які він у собі несе. Креолізовані тексти, насиченість мультимедійною інформацією, інше часосприйняття накладають свій відбиток на спілкування індивідів, а також на поведінку людини в реальному житті.

Комунікація стає більш насиченою, цікавою, інформативною, а також у більшості випадків часонезалежною. Саме віртуальна спільнота — це той віртуальний світ, який постає в уяві більшості її користувачів. Трапляється так, що комунікант настільки захоплюється процесом комунікації у віртуальній соціальній мережі, що комунікація із розряду засобу переростає в розряд мети.

Комунікація повністю поглинає індивіда, що часто призводить до неприємних наслідків. Таким чином, іноді дуже важко тримати себе в рамках, усвідомлювати цей баланс між реальністю й віртуальністю. Тим більше, що сучасні тенденції якомога інтенсивніше намагаються інтегрувати віртуальність у реальний простір. Багато чого робиться для того, щоб людина повсякчас знаходилася в режимі «онлайн», тому зараз особливий акцент робиться на розвиток мобільного доступу до соціальних мереж.

Віртуальна комунікація виходить на новий мобільний рівень і, охоплюючи більшу кількість людей, дає їм можливість не покидати спілкування у віртуальних соціальних мережах за будь яких обставин. З'являється велика кількість різноманітних соціальних мереж в Інтернеті, а ті, що вже існують, усе більше зміцнюють свої позиції.



## ТЕКСТИ МАЛОГО ЖАНРУ

Бойко К. О., студ. ПР – 61,  
Чепелюк А. Д., ст. викладач

Текст малого жанру – це малий за розміром текст, який має розповідну форму, закінчений у своєму сюжеті, що підлягає алегоричному тлумаченню. Текст малого жанру має закінчену думку та являється видом неофіційного дискурсу. Він може нести в собі емоційність, експресивність, суб'єктивність тощо. Також це можуть бути літературні розповідні твори повчального характеру. Малі тексти відрізняються від великих текстів своєю стислістю викладу думок або стислою закінченою кінцівкою.

Тексту як семіотичному знаку притаманні риси синтактики, семантики та прагматики (побудови, змісту, інтенцій). Текст відрізняється ступенем структурно-мовної складності, глибиною відображення дійсності та полівекторною спрямованістю. Одиницями тексту на рівні змісту є думка, на рівні форми – висловлювання.

Тексти позначені еволюцією, композицією, архітектонікою, структурою. Форма та зміст малих текстів детермінується дією стилевих та жанрових чинників. Малі тексти визначаються своїми призначеннями: фактичне / інформативне, практичне / непрактичне, банальне / вагоме, семантичне / несемантичне, комунікативне / некомунікативне, пізнавальне / емоційне і таке інше.

Ключовими метазнаками дискурсу учені виокремлюють: співбесіда, фрази у мовленні, конкретне висловлювання, комунікативна ситуація, мовлення з позиції мовця, конструкт текстового аналізу, соціальне явище.

Дискурс – процес розгортання тексту, якому притаманні риси антропоцентричності, ситуативності та динамізму.

Текст – це поліаспектне, багатовимірне явище, семіотичний знак з притаманною йому тріадою (синтактика, семантика та прагматика).

Виокремлюються наступні лінгво-когнітивні зони: 1) первинні позначення живої, неживої природи та її складників; 2) вторинні позначення людей, їх манер і поведінки (за принципом уподібнення явищам природи); 3) персоніфікація природних феноменів, їх олюднення; 4) позначення спільних для природи та людей конструювань. Текст поділяється на мікротеми та інформаційні блоки.

## РАССТРОЙСТВА КОММУНИКАЦИИ У ДЕТЕЙ

Беспалова А., студ. ПР-84,

Косенко Ю. В., к. филол. н.

Современная наука пришла к пониманию, что проблемы с коммуникацией у детей являются не менее важны нежели другие болезни и особенно психологические, по-этому в последние годы внимание к таким болезням возросло, что помогло создать достаточно твердую базу знаний в этой области. Объектом исследования в данной области является детская психика, а предметом исследования – такие расстройства детской психики как отсутствие у детей навыков общения, проблемы с выражением своих мыслей и умение детей воспринимать данную им информацию о мире.

Каждому человеку в жизни есть что сказать, но помешать это сделать могут психические расстройства, приобретенные еще в детстве. Термин «расстройство коммуникации» характеризует значительные трудности у детей в овладении такими элементарными навыками как: слушать, говорить, читать, писать, логически рассуждать, или считать. Нужно заметить, что у детей с нарушением развития коммуникативных навыков все в порядке с интеллектуальным развитием и у них нет никаких физических отклонений.

Детям с расстройством коммуникации очень трудно произносить звуки речи, пользоваться разговорным языком для общения или понимать то, что говорят другие. Есть такие категории расстройств коммуникации: расстройство экспрессивной речи, фонологическое расстройство, смешанное рецептивно-экспрессивное расстройство

Причинами таких видов расстройств может быть генетическая предрасположенность к психологическим проблемам с общением, или проблемы функционирования определенных участков головного мозга. К счастью, проблемы с коммуникацией у большинства детей к переходному периоду проходят и не вызывают проблем в дальнейшей жизни, в противном же случае следует выполнять специальные упражнения для развития речи и не лишать ребенка общения с нормальными детьми.

Изучение данной темы даст возможность в будущем без проблем выявлять такие болезни на ранней стадии детского развития, с легкостью бороться с ними, что является не плохой перспективой на пути к здоровому будущему.

## ГРА СЛІВ НА СИНТАГМАТИЧНОМУ РІВНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Іванова А.А., студ. ПР-62

За своєю семантико-стилістичною природою гра слів, по-перше, є, з одного боку, одним з видових різновидів явища мовної гри – різноманітних випадків експериментування з формальною стороною мовлення, з другого ж боку, – родовим поняттям щодо таких явищ, як звукові повтори, анаграми, паліндроми та ін. та каламбур; за ознакою наявності/відсутності стилістичної заданості протиставляється явищу “народної етимології”, що має не усвідомлюваний самим мовцем, спонтанний характер.

У стилістиці явище гри слів найповніше досліджувалося на фонетичному та лексичному рівнях.

Значно менше це явище вивчене в словотворенні й особливо в граматиці (у морфеміці, морфології, синтаксисі), хоч на цих мовних рівнях воно також є одним з традиційних і досить поширених семантико-стилістичних засобів

Головна мета дослідження - явище гри слів на синтагматичному рівні дослідження. Розглядаються такі питання: гра слів в англійській та українській мовах, мовні засоби вираження цього явища, основним з яких є каламбур, найрізноманітніші форми вияву гри слів на синтагматичному рівні.

Каламбур – дотепний жарт, заснований на використанні слів, подібних за звучанням, але різних за значенням, чи на використанні різних значень того самого слова; гра слів: “*Then let’s make haste away and look unto the main. – Warwick: Unto the Main! O Father, Main is lost...*”.

Найрізноманітніше виявляючись на синтагматичному рівні – як обігравання слів-омонімів, значень полісемічного слова й особливо слів-паронімів, явище гри слів займає помітне місце також у межах будови слова, словотворення, морфології, синтаксису, фразеології:

“*It is a long tail, certainly*”, said Alice looking down with wonder at the Mouse’s tail, “*but why do you call it sad? And she kept on puzzling about it while the Mouse was speaking. So that her idea of the tale was something like this...*”.

Це все доводить, що явище гри слів займає помітне місце у широкому комплексі семантико-стилістичних засобів мови, що виконують різноманітні виражально-зображальні функції.

Науковий керівник – Медвідь О. М., к. філол.н., доц.

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Габрелян В.В., студ. ПР-61,  
Кобякова І.К., к. філол. н., доц.

Актуальність даної теми полягає у тому, що засоби масової інформації відіграють надзвичайно важливу роль і в нашому суспільстві, невід'ємною складовою яких є реклама. Зростає важливість правильного перекладу рекламних текстів, особливо зараз, коли на наш ринок надходять західні товари, раніше невідомі широкому колу споживачів.

Реклама є значущим і специфічним феноменом сучасності, що має у своїй основі першочергове і конкретне завдання - спонукати людину до діяльності. Для досягнення цієї мети реклама черпає мовні засоби з життєвих ситуацій, відповідно до образів з існуючих, звичних для повсякденного життя стандартів поведінки і соціально-психологічних установок. Реклама будується на основі тексту, який повинен привертати увагу потенційних споживачів.

У результаті дослідження було виявлено, що рекламний текст є одним із видів малих текстів. Аналіз текстових утворень на сучасному етапі розвитку мовознавства концентрується навколо малих форм. Рекламна комунікація є своєрідним обміном інформацією, до рис якої можна віднести надходження комунікативного сигналу потенційного покупця не особисто від продавця рекламованого товару або послуги, а через засоби масової інформації; односторонню позитивну спрямованість рекламного звернення; багаторазове повторення.

Рекламний текст – фрагмент емоційно маркованої мовної картини світу. Рекламний текст є текстом особливого мовного оформлення. В рекламному тексті відбивається комунікативна поведінка людини – цілеспрямоване / розширення знань адресата про об'єкт реклами, формування позитивного іміджу, створення необхідних форм поведінки тієї або іншої групи людей.

Цілеспрямованістю тексту комерційної реклами є його раціональна дія – зацікавити адресата у властивостях певного предмету з метою спонукання адресата його.

Ця спрямованість використання в тексті реклами суто позитивних оцінок об'єкту, які роблять вплив на позитивний вибір адресатом предмету реклами.

В основі створення рекламних текстів лежать дві тенденції: стислість, лаконічність вираження та виразність, ємність інформації. Важливо зберегти початкову свіжість інформації, донести її «вибуховий» потенціал, зосередивши текст у декількох легких для засвоювання та простих для запам'ятовування словах інформатичне навантаження та структурну організацію рекламних текстів.

Відмінною рисою вдалої реклами є гармонічне поєднання основної рекламної ідеї з тими засобами виразності, які даній ідеї найбільше відповідають. Це виражається, у знаходженні тієї єдино вірної тональності рекламного звернення, що виділяє його серед інших.

Серед класифікацій рекламних текстів можна виділити загально прийнятту класифікацію реклами за засобами передачі: телевізійна реклама, друкована реклама, реклама на радіо, реклама в мережі Internet. Інша класифікація поєднує два великих підкласи текстів – тексти-артефакти і тексти-ментефакти – та так звану «сіру зону». Перший підклас містить юридичні, науково-технічні та інформаційні тексти; другий – художні тексти всіх типів і жанрів. «Сіра зона» включає публіцистичні тексти, тексти інтерв'ю, мемуарів, особистих листів, а також рекламні тексти.

В дослідженні встановлюється нерозривний зв'язок між лексикою та семантикою. З погляду лінгвістики, як будь-яка багатозначова система, рекламний текст має три складові: синтактику – характеризує відношення одного знаку до інших; семантику – характеризує відношення знака до значення та прагматику – характеризує відношення знаку до змісту.

На основі аналізу тематичної, стильової та композиційної єдності рекламних творів можна зробити висновок про те, що жанр реклами - це мовленнєвий жанр, якому властиві свої характеристики та особливості. Отже, поняття жанру тісно пов'язане з текстом і визначення жанру можливе лише в межах тексту.

Жанрова визначеність рекламного твору, який формує імідж, сприяє поліпшенню взаєморозуміння між текстом-продуцентом та реципієнтом, оскільки дає можливість спиратися на креативні резерви загальноприйнятих структурних зразків.

На основі аналізу тематичної, стильової та композиційної єдності рекламних творів можна зробити висновок про те, що жанр реклами - це мовленнєвий жанр, якому властиві свої характеристики та особливості.

## СТАТУС ЗООМОРФІЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ: ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Гостева А., студ. ПР-62,  
Руденко Н.В., викладач

З самого раннього дитинства і до глибокої старовини все життя людини тісно пов'язане з мовою. Мова – це засіб спілкування людей один з одним. Як вважає Л.В.Успенський, мова така ж давня, як і свідомість людини і пов'язана з життям суспільства.

Можна сказати, що фразеологічні одиниці є одним із найяскравіших засобів мовлення, вираження своїх думок. Фразеологізми часто носять яскраво національний характер. Фразеологічний склад мови в її сучасному стані та історичному розвитку вивчає фразеологія. Цей розділ мовознавства вивчає сукупності фразеологізмів даної мови, сукупності характерних засобів вираження, які властиві окремій соціальній групі, окремому автору чи літературно-публіцистичному напрямку.

У фразеоутворенні велику роль грає людський фактор, тому що велика кількість фразеологізмів пов'язана з людиною, з різноманітними сферами її діяльності. Фактор адресата є важливішим елементом комунікації. Крім того, людина прагне наділити людськими рисами об'єкти зовнішнього світу, в тому числі й неживі.

Розглянемо ту область мови, що містить у собі фразеологічні одиниці з анімалізмами. Характерною рисою зоонімів англійської мови є високий ступінь ідіоматичності й образності із сильним змістом номінативності. Це приводить до того, що подібні за денотативним значенням зооніми в різних мовах відрізняються образністю, тому що асоціативні уявлення про тварин у різних мовах не збігається.

Розвиток багатозначності зоонімів здійснюється шляхом переносу значення, назви. Наприклад, у зоонімах:

Let sleeping dog lie - Не буди лихо, поки воно тихо,  
*sleeping dog* в англійській мові виступає в значенні *неприємна тасмниця, те, чого варто побоюватися*. У даному випадку денотативне значення залишається без змін, у той час, як образність змінюється в залежності від того, які асоціації викликає та чи інша тварина в носія мови. Цей же образ схованої погрози знаходить вираження у фразеологічних одиницях.

Beware of a silent dog and still water, Dumb dogs are dangerous - В тихому болоті чорти водяться.

З іншою домашньою твариною, *конем*, також зв'язана значна кількість зоонімів. У процесі історичного розвитку вони піддалися полісемантизації, що підсилила абстрактність поняття, ними що позначається. Так, поняття *кінь* асоціювався із *силою, витривалістю* в англійській мові:

Strong as a horse - Сильний наче бик

Традиційно бджола асоціюється з працьовитістю, тому збіг образів в англійській і російській мовах не випадково, тому що апелює до однакового відображення картини світу: As busy as a bee - Працьовитий як бджола.

У складі фразеологічного значення виділяються три аспекти: сигніфікативний, денотативний і конотативний. В конотацію включають емотивний, експресивний, оціночний й стилістичний компонент. П'ятим компонентом є образність.

Оскільки емоції поділяються на 2 класи – позитивні і негативні, то їх позначення в мові можуть бути зведені до позитивно-емотивних і негативно-емотивних:

dog's life - собаче життя

let sleeping dogs lie - не будите сплячу собаку

Прикладами фразеологічних одиниць, які виражають позитивну емотивну оцінку є такі обороти:

every dog has his day - буде і на нашій вулиці свято

an early bird - рання пташка,

great lion - відома людина.

Дудніков О.В. вважає, що фразеологічні звороти підлягають стилістичному розподіленню і мають у своєму складі три групи стилістично маркірованих одиниць зоонімів:

1) першу групу складають фразеологізми з нульовою стилістичною забарвленістю: fox and geese - вовки і вівці

2) до другої групи відносяться фразеологізми розмовного характеру: to see snakes - напиться до чортків

3) третю групу утворюють книжкові фразеологічні одиниці: straight from the horse's mouth - з перших вуст

Розглядаючи зооніми у конотативному аспекті, було звернуто увагу на експресивний, емотивний і оціночний стилістичний компоненти. Всі чотири компоненти конотації можуть виступати разом у різних комбінаціях. П'ятим компонентом виступає образність. Отже, зооніми мають позитивну чи негативну оцінку, в мові вони можуть бути зведені до позитивно-емотивних і негативно-емотивних оцінок.

## CONFLICTS

Denysenko Yana , *Student of PR-81*

Conflict is actual or perceived opposition of needs, values and interests. A conflict can be internal (within oneself) to individuals. Conflict as a concept can help explain many aspects of social life such as social disagreement, conflicts of interests, and fights between individuals, groups, or organizations. In political terms, "conflict" can refer to wars, revolutions or other struggles, which may involve the use of force as in the term armed conflict. Without proper social arrangement or resolution, conflicts in social settings can result in stress or tensions among stakeholders.

When an interpersonal conflict does occur, its effect is often broader than two individuals involved, and can affect many associate individuals and relationships, in more or less adverse, and sometimes even humorous way.

Conflicts are divided into 5 main groups. They are: relationship, data, interest, structural and value conflicts.

In the 1970s Kenneth Thomas and Ralph Kilmann identified five main styles of dealing with conflict that vary in their degrees of cooperativeness and assertiveness. They argued that people typically have a preferred conflict resolution style. However they also noted that different styles were most useful in different situations.

These styles are: competitive (such people always know what they want), collaborative ( they try to meet the needs of all people involved), compromising ( for those who try to find a solution that will at least partially satisfy everyone), accommodating (this style indicates a willingness to meet the needs of others at the expense of the person's own needs) and avoiding (people tending towards this style seek to evade the conflict entirely).

The fact that conflict exists, however, is not necessarily a bad thing: As long as it is resolved effectively, it can lead to personal and professional growth. But if you personally got into a conflict situation, don't worry and take these simple steps: make sure that good relationships are the first priority. Then, keep people and problems separate.

Next, pay attention to the interests that are being presented. Don't forget to listen first - talk second and only after all it to set out the "Facts". Last, but not least, explore options together: be open to the idea that a third position may exist, and that you can get to this idea jointly.

Scientific adviser – Kosenko Y.V., *superior lect.*



## ХУДОЖНІЙ І ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ

Давиденко А. В., студ. ПР-63

Газетний твір будь-якого жанру — це комунікативно-психологічне явище, складний акт мовної комунікації. Мова ЗМІ, в тому числі і мова газети, наочно відображає рух (зміну) мовного матеріалу, а також нові тенденції в розвитку мовної ситуації. Публіцистичному стилю властиві дві основні взаємопов'язані функції: інформативна функція та функція впливу. Публіцистичний стиль служить вираженням різнобічної і всеосяжної інформації. У газеті одержують найширше і найпопулярніше відображення внутрішнього життя країни і за кордоном, у поле зору газети потрапляють практично будь-які факти, але за неодмінної умови, що вони становлять суспільний інтерес. Інформативна функція невіддільна від функції впливу.

У німецькомовній пресі фахівці виділяють не менше десяти жанрів: передовиця, хроніка, кореспонденція, стаття, коментар, репортаж, фейлетон, інтерв'ю, рецензія, глос. Кожен із зазначених мовних жанрів - це унікальна смислова (комунікативна) модель тексту, це і прагматична модель диференціації функції переконання, а також конструктивна модель тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення. Кожен із зазначених мовних жанрів - це унікальна смислова (комунікативна) модель тексту, це і прагматична модель диференціації функції переконання, а також конструктивна модель тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення. Для реалізації функцій публіцистичного стилю використовуються різноманітні лексичні, стилістичні та граматичні засоби.

Головним структурно-композиційним елементом, що провокує зацікавлення до написаного, є неординарний заголовок. З метою підвищення експресивності заголовків журналісти зазвичай використовують терміни у переносному значенні, метафорично застосовуючи терміни різних терміносистем у невласливих їм сферах, завдяки чому терміни отримують негативну або позитивну оцінку. Автори статей також використовують метафори, жаргонну лексику, неологізми, колоквіалізми та фразеологізми.

Німецьким газетним текстам також притаманне вживання алюзії. Форми і функції алюзії у різних стилістичних видах текстів є неоднакові. В цілому однак алюзія у публіцистичному стилі бере

участь у реалізації трьох основних функцій преси: інформативної, полемічної та розважальної.

Сучасний читач (адресат газетної інформації) потребує додаткового підтвердження надійності отриманої інформації. З цією метою він подає події та повідомлення з різних ракурсів, порівнює факти в такий спосіб, щоб вони доповнювали один одного, вдається до цитування різноманітних джерел для підтвердження правдивості цитованих тверджень, щоб за допомогою доказів та аргументів, втілених у мовних засобах, переконати аудиторію в правильності певної позиції. Існує пряме та непряме цитування. Для передачі першого використовується пряма мова. Непряме цитування передається за допомогою непрямої мови, перифразу та Konjunktiv I.

У мові преси активно використовуються фразеологічні одиниці. У образній основі фразеологізмів німецької преси можна виділити такі дві групи: національні фразеологізми та інтернаціональні фразеологізми. Стиль преси завжди характеризується політичною спрямованістю змісту, особливо газетних текстів, та наявністю у пресі фразеологізмів політичної спрямованості. Найважливішою функцією будь-якої одиниці мови, у тому числі і фразеологізму, є прагматична функція, тобто цілеспрямована дія мовного знаку на адресата.

Прагматична спрямованість властива будь-якому тексту, посилюється вона використовуваними в ньому фразеологізмами, що володіють значним прагматичним потенціалом. Фразеологізми підсилюють прагматичну спрямованість тексту або його частини – контекст.

Газетно-публіцистичний стиль охоплює масові, популярні політичні тексти, що впливають на актуальні суспільно-політичні процеси оперативним документальним відображенням, заснованим на їх ідейно-політичному осмисленні та емоційно-вираженою оцінкою.

Отже, можна прийти до такого висновку, що у текстах німецьких публіцистичних видань художній та прагматичний аспекти є нерозривно пов'язаними один з одним. Мета кожної статті – донести інформацію до адресата, яка має спричинити певний вплив на нього та викликати певні емоції, сформувані його ставлення до висвітленої події. Саме це є прагматичним аспектом. Художній аспект – це сукупність різноманітних лексичних, стилістичних та граматичних засобів, які автор вводить у контекст задля реалізації функції впливу на читача, що є одним із головних завдань публіцистичного тексту.

Наук. керівник – Чепелюк А.Д., *ст. викладач*

## ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕТИЧНИХ ТВОРІВ

Дворник Н.О., студ. ПР- 61

Поезія – це вид мови, який прагне до надлишку порядку, відрізняється високою мірою "поетичністю" мови і висуває на перший план в якості головної цінності доцентрову спрямованість словесного повідомлення.

У фразеології виділяють ряд нейтральних фразеологічних одиниць та стилістично забарвлених одиниць. Яскраве емоційне забарвлення, відтінки якого надзвичайно різноманітні, характерне для розмовних фразеологічних одиниць.

Воно створюється як окремими їх компонентами, так і тим образно метафоричним значенням, яке виникає в результаті поєднання цих компонентів.

Функціональна літературно-книжкова лексика являє собою неоднорідні групи слів, що розрізняються по службовій функції, яку слова несуть у різних стилях мови.

Особливу роль у поетичних творах, відіграють слова й фразеологічні комбінації, відомі за назвою поетизмів. Під це поняття часто підводять також слова високого, урочистого забарвлення. Сам термін «поетизм» показує на обмеженість уживання слів певним стилем мови, а саме стилем художньої мови.

Поетизми - лексико-семантична група слів, семантична структура яких наділені піднесеними конотаціями, що відразу допомагає відрізнити їх від інших лексичних одиниць

Існують наступні підгрупи поетизмів: власне поетизми; застарілі слова й архаїзми; діалектизми; рідкі слова французького й латинського походження.

Поетизмами або поетичною фразеологією називають слова й обороти, що виникли в результаті перифрастичного відображення реальної дійсності.

Поетизми являють собою неоднорідний шар слів сучасної англійської мови, які уособлюються поетами в особливих стилістичних прийомах. Поетизми - категорія історично змінна. Проте існують певні лексико-семантичні групи слів, що лишаються невичерпним джерелом поетизації мови в усі часи.

Сучасні поети використовують поетизми у якості ультрамодних слів

Наук. керівник - Баранова С.В., к. філол.н., доц.

## ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНІВ НА ТЛІ ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ

Дорошенко І. В., студ. ПР-61,  
Медвідь О. М., к. філол. Н., доц.

Термін - емоційно нейтральне слово чи словосполучення, яке вживається для точного вираження понять та назв предметів. Передача англійських термінів на українську мову вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад, розуміння змісту термінів англійською мовою і знання термінології рідною мовою. При передачі науково-технічної та юридичної літератури з англійської мови на українську важливе значення має взаємодія терміну з контекстом, завдяки чому виявляється значення слова.

Юридичні терміни - це спеціальні слова або словосполучення, що дають точне значення чи пояснення предметам, явищам, діям з такої галузі знання, як юридична наука. Вони мають точне, конкретне значення, позбавлені образності, емоційно-експресивного забарвлення. У межах юридичної термінології виділяється значний відсоток термінів, утворених синтаксичним способом. За кількістю компонентів можна виділити 1) двокомпонентні (*юридична практика, кримінальне судочинство*); 2) трикомпонентні (*міжнародна судова процедура, підзаконні нормативно-правові акти*); 3) полікомпонентні (*небезпечні для життя тілесні ушкодження, to acknowledge recognizance in false name*).

Юридична термінологія посідає особливе місце серед термінологічних систем. Вона охоплює юридичні терміни, що є словесним позначенням державно-правових понять, за допомогою яких відображається та закріплюється зміст нормативно-правових приписів держави. В свою чергу юридичні терміни виділяються не тільки своєю структурою, але й функціональними та семантичними особливостями. Розглянутий матеріал дає право стверджувати, що саме юридичні терміни можуть вживатися лише відповідно до певних правових норм. Так у судочинстві завжди потрібно знати, чи підпадають дії людини під ту чи іншу статтю закону. Правильна інтерпретація дій, що спричинили правовий вчинок та відповідність її лексичній інтерпретації відповідного закону, призводить до визначення винності чи невинності. Юридичні терміни мають також відповідати певним критеріям, таким як стислість, дефінітивність, емоційно-експресивна нейтральність та ін. Ці фактори обов'язково

беруться до уваги при створенні юридичних текстів, для того, щоб той чи інший документ не містив зайвих елементів.

Юридичний дискурс – складне комунікативне явище, яке, окрім текстів, охоплює ще й екстралінгвістичні соціальні фактори (знання про світ, соціальний та лінгвістичний досвід, установи, інтенції). Основні компоненти соціальної ситуації становлять адресант, адресат, тема, код (система знаків та правил їх поєднання), форма (лінгвістичні чинники), канал (середовище передачі інформації), місце та час події.

Виділяють наступні ознаки юридичного дискурсу, як використання графічних прийомів логічного виділення найбільш важливих компонентів тексту, наприклад, нумерація речень, підкреслення чи виділення з допомогою контрастного шрифту ключових слів; використання великої кількості складнопідрядних речень з двома і більше підрядними; практична відсутність розділових знаків (окрім крапок), що пояснюється можливістю неправильного тлумачення речень, якщо при переписуванні який-небудь знак буде опущений або, навпаки, доданий; перевага іменних словосполучень та використання іменників у пост модифікаційній позиції; відсутність емоційно-забарвленої лексики; часте використання запозичених з французької та латинської мов; велика кількість синонімів типу: *final and conclusive, breaking and entering, aid and abet*; перевага архаїзмів типу: *hereafter, theretofore, whereby, witnesseth*; використання загальноживаної лексики у вузькоспеціальних значеннях (наприклад, *action – law suit, serve – deliver legal papers, instrument – legal document, without prejudice – without loss of any wrights*); широке використання структури *modal verb+ be+ past participle*.

Тексти юридичних документів відносяться до офіційного дискурсу. Вони є особливими і за граматичною структурою речення, і за специфікою вживаної лексики. Юридичні документи стосуються лише тієї ланки діяльності людей, яка передбачається законом. Такі повідомлення досить важкі для декодування, що пояснюється специфічною побудовою самого повідомлення та незвичною формою вираження. Розглядаючи юридичні тексти ми дійшли до висновку про те, що рисами, які їм притаманні є лаконічність та стислість викладу, відсутність будь-яких засобів експресії та емоційності, об'єктивність, а, отже, неспрямованість на суб'єктивну інтерпретацію. Адресанти таких повідомлень оперують об'єктивними фактами; будь-яке розходження із реальністю є неприпустимим.

## МОВЛЕННЄВІ МОДИФІКАЦІЇ В ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

Журба І. Ю., студ. ПР-62,  
Медвідь О. М., к.філол.н., доц.

Мова газет, безумовно, має певну специфіку, яка відрізняє її від мови художньої або наукової літератури, від розмовної мови - це є наслідком тривалого відбору мовних виразних засобів, найбільш відповідних тому соціальному завданню, яке виконує газета як основний засіб масової інформації.

Мовні штампи — це стерті, колись образні вислови, неточні фрази, безкінечні, стилістично невмотивовані словесні повтори, які створюють негативний стилістико-семантичний ефект. До мовних кліше належать конструкції, побудовані за відповідними моделями словосполучень, зрідка речень, які функціонують переважно в інформаційних жанрах засобів масової інформації й часто відтворюються у мові. Вони виконують роль стандарту, забезпечують найповнішу інформацію й економлять мовлення.

Прагнення до стандартизації мовних засобів відображає інформативну функцію газети, умови функціонування. Цитування - це досить частий елемент структури газетного тексту. Цитата є складною мовною суттю, яка виступає функціональним елементом системи приймаючого тексту і яка призначена для реалізації визначеної комунікативної інтенції і що характеризується рядом інваріантних конвенціонально встановлених формально-змістовних характеристик. Звідси витікає, що якнайповніший опис цитації можливий на підставі її трибічного - структурного, семантичного і прагматичного - вивчення. Газетна мова є потужним засобом впливу та маніпуляції, котрим вправно користуються працівники медіа. Завдяки ретельному підбору подій, деталей їх опису та лексичних одиниць, за допомогою яких це здійснюється, досягається максимальне досягнення мети авторів публікацій. Таким чином, читаючи газетну статтю, реципієнт не просто дізнається про ту чи іншу подію, а сприймає її через призму сприйняття та осмислення її автором. Як наслідок, критичне мислення читача зводиться до мінімуму, а сприймається готовий варіант як інформації так і ставлення до неї. Текст газети - це не хаотичне нагромадження одиниць різних мовних рівнів, а впорядкована система, в якій усе взаємопов'язане та взаємозумовлене. Доцільним є розгляд його у всій складності граматичних і семантичних відношень, а також співвідношень компонентів мови та мовлення.

## ПРОБЛЕМАТИКА ВЛАСНИХ НАЗВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ)

Кавун Ю.В., студ. ПР-62

Власна назва не пов'язана безпосередньо з поняттям. У неї немає загального значення, так само як у загальних назв відсутнє індивідуальне. Це представляється найбільш істотним у визначенні специфіки власних назв: «без денотата немає назви». Особливий статус власних назв в мові, інтерес, який вони викликають у вчених, призвів до формування ономастики, що склалася до теперішнього часу в самостійну лінгвістичну дисципліну з чітко окресленими довкола проблемами і методами досліджень. Одним з актуальних завдань ономастики є дослідження мовних особливостей власних назв, які складаються, з одного боку, з урахуванням системних можливостей даної мови, а з іншої – з урахуванням потреб і можливостей даної ономастичної системи. Лінгвістичний аналіз відображення фонографічної структури чужомовних слів (англійських і німецьких) свідчить про те, що в українській мові тенденція до збереження ознак чужомовності може мати системне обґрунтування в літературній нормі, наприклад, реалізація приголосних у словах германської етимології та ін. При цьому очевидним є й вплив різних позамовних чинників – зростання освіченості громадян, активізація засобів масової комунікації тощо. У рамках тенденції, що протистоїть поглинанню ознак формальної активності слова, стають результативними антисистемні мовні явища. Найновіші лексичні надходження значно розширюють обсяг дистрибутивних потреб приголосних української мови, що не властиве незапозиченим словам. Деякі лінгвісти слушно відзначають, що в єдності системних та антисистемних явищ містяться потенційні творчі можливості мови, які ведуть її до постійного вдосконалення. Систематизована структура фонетичних та орфографічних відповідників, правописні правила, якими необхідно керуватися у практиці відтворення чужомовних власних назв в українському правописі, нині відсутні. Пропозиції українських учених та наші міркування є спробою системного розгляду питання. Досліджуючи поставлену проблему, вчені стикаються з невпорядкованістю відтворення чужомовних назв, стихійністю підходу до різних явищ відтворення. Основну причину такої непослідовності вони вбачають у недостатньому теоретичному обґрунтуванні питань, що розглядаються.

Наук. керівник – Єрмоленко С. В., ст. викладач

## ЕТИМОЛОГІЧНІ ВИТОКИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Кальченко К.В., студ. ПР-62,  
Швачко С.О., д.філол.н., проф.

Етимологічні витоки лінгвістичних термінів. Обіймають такі питання: етимологія як наука, її особливості розвитку та походження, термінознавство в науковому дискурсі етимологічних витоків метазнаків.

Етимологія – розділ знань, який вивчає походження слів мови. Дана наука виникла ще за античних часів і пов'язана з іменем Піфагора. Як окремий аспект вивчення етимології розглядається поняття «народна етимологія», це своєрідне хибне розуміння походження або значення мовної одиниці. Народна етимологія характерна для сприймання незрозумілих слів (іншомовних, застарілих) і найчастіше трапляється в мові дітей та малоосвічених людей.

Із зростанням людських знань і розвитком ідей, а також їх зміною, зростає і кількість слів у мові. Кожна область життя й знання характеризується своїм колом найменувань, якими слід оволодіти кожному, хто має з ними справу. Необхідність найменувань являється елементарною умовою точності самої мови.

Терміни – спеціальні слова, обмежені за своїм значенням; слова, що прагнуть бути однозначними як точне вираження понять і називання речей. Існують певні вимоги до термінів: систематичність, однозначність, точність, експресивна нейтральність. Терміни є об'єктами вивчення термінознавства. Як і інші науки лінгвістика багата на терміни; тому, щоб пізнати суть даної науки варто осмислити лінгвістичні терміни, їх витоки та еволюцію.

Значущими є дослідження етимологічних коренів лінгвістичних метазнаків за допомогою лексикографічних словників. Коли ми вивчаємо будь-який термін, то завжди звертаємося до його етимологічних даних, коли він виник, з якої мови походить.

У даному експерименті були обрані різноманітні терміни з мовознавства, і використовуючи словники та формулу для розрахунку семантичного об'єму  $D = 1 - (2 \times N) \div (A + B)$ , були знайдені відстані між термінами та їх синонімами-відповідниками, у результаті чого визначалися найближчі за значенням до терміна алоніми.

Етимологія і термінознавство тісно пов'язані між собою, і підтвердженням зокрема є їх взаємодія, є буття терміносистем та їх компонентів.



## ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ

Кожемякін А.В., студ. ПР-61,  
Дорда В.О., викл.

На сучасному етапі розвитку мов молодіжний сленг є одним з головних джерел поповнення словникового складу. Вчені зазначають, що елементи сленгу або швидко зникають, або входять у літературну мову. Запозичення слів та словосполучень сленгу і жаргонів у літературну лексику зумовлюється насамперед необхідністю поповнення експресивних засобів.

Більшість одиниць сленгу і жаргонів - це літературні одиниці, які здобули специфічні значення, тому запозичення з нелітературних підсистем в багатьох випадках веде до появи семантичних неологізмів.

Особливості американського сленгу визначаються, зокрема, тим, що він є продуктом багатонаціонального суспільства, він убирає в себе таксоми національних культур, збагачується й динамічно розвивається вже в нових умовах.

Однією з проблем дослідження особливостей вияву людського фактору в мові є встановлення лексико-стилістичних засобів і способів їх інтеграції залежно від статі комунікантів

Аналіз американського молодіжного сленгу показує, що він має тендерну маркованість і характеризує вербальну поведінку представників певної статі. Типовою рисою жіночої вербальної поведінки є прагнення створити доброзичливу атмосферу спілкування, уникати засобів, що можуть образити співрозмовника, демонструвати загальну позитивну налаштованість жінок. Щодо чоловічої вербальної поведінки, то вона демонструє загальний негативний настрій комуніканта, зосередження на своїх власних проблемах, небажання враховувати інтереси співрозмовника.

Тендер мовця реалізується через стиль тексту, добір відповідних мовних засобів: чоловіки - відсутність художніх засобів, використання сленгових одиниць та лайки; жінки - надмірне використання художніх засобів, особливо метафор та вигуків для вираження емоцій, іноді допустима лайка.

Так як в англійській мові (мова якою написано тексти) відсутня граматична категорія роду, тендер реалізується через логічний принцип на морфо-семантичному, лексико-семантичному та

текстуальному. Свій відбиток на сприйняття тендеру реципієнтом накладає ситуація, в якій презентовано текст.

Патріархат, що стверджує домінуючу роль чоловіка у суспільстві та його принципову незамінність та необхідність у будь-якій діяльності, є визначальною рисою світогляду всіх європейських народів, що обумовлює реалізацію його у культурі та мові, визначаючи жінку як пасивну істоту, що не здатна самотійно мислити та розвиватися через її єдину роль хранительки домашнього вогнища.

Це і є однією з причин, чому вербальна поведінка чоловіків характеризується реалізацією вульгаризмів для вираження сильних негативних емоцій незалежно від дистанції між комунікантами. Наприклад, для реплік чоловіків-студентів характерним є вживання інтенсифікаторів, що генетичне походять від вульгаризмів: *damn*, *bloody*.

Серед характерних рис жіночого мовлення виділяють ряд дистинктивних, серед яких: спеціалізований словник (більш точні позначення та опис кольору), афективні прикметники, що використовуються для вираження емоцій; розділові питання, що вказують на невпевненість жінки при вираженні своєї власної думки; вставні слова та вирази.

Для представників соціально – вікової групи молоді в цілому характерні гендерні відмінності у комунікативній поведінці, в тому числі мовленнєвій. У більшій мірі гендерні особливості поведінки виявляються при спілкуванні в одностатевих групах, причому серед хлопців реалізується більш відверте, агресивне спілкування, дівчата ж намагаються підтримувати між собою дружні стосунки.

Засобами сленгової лексики вербалізуються стереотипні уявлення молоді про представників тієї чи іншої статі. Причому на позначення представників обох статей, що відповідають гендерним стереотипним уявленням, використовуються сленгізми з позитивними емоційним забарвленням, натомість відхилення від стереотипів негативно сприймається молоддю і підлягає висміюванню у лексиці.

Хоча знання дівчатами сленгових номінацій є достатньо різноманітним, вони в більшій мірі, ніж хлопці, застосовують стандартизовану лексику. Натомість лексичний інвентар хлопців є більш чисельним і різноманітним. В активному вокабулярі представників чоловічої статі також частіше зустрічається вульгаризована та пейоративна лексика.

# ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСЬКИХ СЛЕНГІВ

Кожушко І., студ. ПР-61

Всі мови, країни та історичні періоди мають свій сленг, бо завжди існували слова з різним ступенем сприйняття і популярності у суспільстві. Усі прошарки суспільства вживають сленг, включаючи найбільш освічених, ерудованих людей.

Люди різних професій та соціальних груп розробили власну термінологію, яка дозволяє їм швидко й точно виражати думки із мінімальною затратою часу. Ці вирази, часто іронічні та навіть образливі, настільки вливаються в мову, що деколи заміняють „правильні” слова.

Сленг – одне з найбільш суперечливих мовних явищ. Постає питання щодо включення до складу сленгу лише одних виразних, іронічних слів, які є синонімами літературних еквівалентів, або ж ще й всієї нестандартної лексики.

Проблематика сленгу є предметом постійного наукового пошуку. Поняття сленгу здобуває все більше уваги сучасної філології. Різні аспекти сленгу вивчалися в працях Е.Патріджа, Г.Менкена, І.Гальперіна, В.Вілюмана, М.Маковського, В.Балабіна, У.Потятинника та ін.

Зі сленгом часто асоціюються такі близькі до нього поняття як *вulgаризми, діалектизми, колоквіалізми, кент та жаргон*, який включає в себе два родові поняття, такі як *професійний та корпоративний жаргони*.

На відміну від професійних жаргонів, корпоративні одержують емотивну функцію за основну, оскільки вони є своєрідною мовною грою, у якій проявляється прагнення до експресії. Корпоративні жаргони є переважно молодіжними жаргонами. Їх суть визначається віковим цензом, оскільки молоді перш за все властивий своєрідний мовний максималізм, прагнення розширити арсенал виразних мовних засобів і вийти за межі традиційних граматико-стилістичних канонів, адже відомо, що в мові старшого покоління така лексика зустрічається рідше.

Молодіжний сленг відноситься до спеціального сленгу. Студентський сленг є одним з шарів лексики молодіжного сленгу та формується навколо ядра корпоративних жаргонів. Значну частину

лексичного складу студентського сленгу складають також професійні жаргонізми.

*Студентський сленг* — поняття віртуальне, оскільки кожний університет або коледж має свій, відмінний від інших, лексикон, але поряд з цим існує загальний пласт молодіжної студентської лексики.

Сленгове слово народжується як результат емоційного ставлення того, хто говорить, до предмету розмови, його прагнення виділитися на тлі співрозмовників та відокремитися від буденного.

Сленг змінюється в часі і просторі водночас зі змінами в суспільстві. Джерелом для поповнення сленгу може стати все, що є прийнятним для певного кола людей, сфер їхніх інтересів, спілкування та родів діяльності.

Формування словника “системного” сленгу відбувається за рахунок тих же джерел і засобів, які властиві мові взагалі. Значну частину одиниць студентського сленгу представляють ті *лексичні одиниці*, які є дублетами нейтральних або розмовних одиниць.

Суттєву роль грають як *іноземні запозичення*, так і запозичення з мови інших верств населення. *Метафоричне переосмислення* займає центральне місце у сленговому словотворі. Спостерігається також *метонімічний словотвір*. Американському сленгу, на відміну від українського, властиве досить широке застосування таких засобів словотвору як *конверсія та словоскладання*.

Поряд з лексико-семантичним словотвором у сленгу широко використовується *морфологічний словотвір*. *Суфіксальний словотвір* є характерним як для американського, так і для українського сленгу, на відміну від префіксального, властивого тільки українському сленгу.

Тенденція до *спрощення*, до економії мовних зусиль, проявляється у вживанні коротких слів і скороченні лексичних одиниць, таких як усікання слів, ініціальні скорочення та стягнення.

Сленг, з його надзвичайним семантичним багатством, з його різноманітністю асоціацій, являє собою ефективний засіб прояву людиною своєї індивідуальності, передачі своїх думок і почуттів у найрізноманітніших ситуаціях.

Найголовніша вимога до новоутворених сленгових одиниць полягає в тому, щоб вони характеризувалися звучною **вимовою** та експресивною забарвленістю, адже саме це є основною гарантією того, що вони приживуться в студентському середовищі і будуть являти собою предмет постійного лінгвосоціального дослідження.

# ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ЯК ПОЛІВЕКТОРНІ МАРКЕРИ КІЛЬКОСТІ

Кальченко А., студ. гр. ПР-83,

Єгорова О., аспірант

З давніх-давен кількість як невід'ємна характеристика буття привертала до себе увагу вчених. Не оминула вона і філологічні студії, які на сучасному етапі зосереджуються на питанні системно-функціонального підходу до вивчення мовних засобів квантифікації.

Мовна категорія кількості – це результат складної, суперечливої взаємодії об'єктивного світу і людської свідомості. Квантитативність – це логіко-семантична категорія, що актуалізує уявлення про комплекс понять з кількісним змістом на різних рівнях мови. Особливий інтерес становить полівекторна маніфестація категорії кількості на фразеологічному рівні. Серед фразеологізмів з кількісною семантикою виокремлюється чимала група фразеологічних одиниць з нумеративним (числівниковим) структурним компонентом (ФОн), оскільки, на думку багатьох вчених (Швачко С.О., Жаботинська С.А., Супрун А.Є. та ін.), саме числівники складають ядро квантитативних словесних знаків.

На думку проф. С.О. Швачко, структура класу фразеологічних одиниць з нумеральним компонентом виглядає наступним чином: 1) ФОн зі значенням точної кількості; 2) ФОн із семантикою неточної кількості, які в свою чергу поділяються на: а) ФОн зі значенням приблизної кількості; б) ФОн з невизначено-кількісною семантикою.

Аналіз лексикографічних джерел продемонстрував наявність у англійській та німецькій мовах ФО, що корелюють з різними кількісними параметрами. Порівняно невелику групу становлять ФОн з експліцитним значенням точної кількості. Нумеральний компонент може бути представлений як кількісним, пор.: англ. *seven deadly sins*, *twenty-four seven*, *between two days*; нім. *ein Mann ist kein Mann*, *das sind zwei Paar Stiefel*, *jedes Ding hat zwei Seiten*, так і порядковим числівником, пор.: англ. *at first hand*, *second sight*, *sixth sense*; нім. *aus erster Hand*, *beim ersten Anlauf*, *die sechste Sinn*. Слід зауважити, що в англійській мові серед ФО зустрічаються з нумеративними компонентами “*one, two, three, seven, nine*”, що вирізняються частотністю свого вживання. Це пояснюється тим, що в свій час цим числам надавали магічного значення. Вони найчастіше з'являються у казках, повір'ях та приказках.

У досліджуваних мовах явище апроксимації (приблизності) також може бути представлене сталими словосполученнями з нумеративним

компонентом. Проте, актуалізація семантики приблизності є мало вираженою. Пор.: англ. *be well past/ be at the shady side of thirty (forty...)*, *once or twice, one thing or another*; нім. *auf ein Wort, in den ersten Reihen stehen, alle acht Tage*.

ФОн, що семантизують невизначену кількість, займають чільне місце серед фразеологізмів-репрезентатів квантитативності. У процесі фразеологізації подібних словосполучень їх нумеративний компонент десемантизується та під впливом контактних лексем змінює кількісний параметр з точного на невизначений.

Лексикографічний аналіз квантитативів дає змогу говорити про превалювання у їх складі таких нумеративів, як *"three/ drei, seven/sieben, nine/neun, ten/zehn"*; пор.: англ. *to measure thrice and cut once, to be at the seventh heaven, cousin seven times removed, to go to the whole nine yards, to cross as nine highways, to divide oneself into ten pieces*, нім. *für drei arbeiten, hungrig sein wie sieben Wölfe / zehn wilde Löwen, im siebenten Himmel sein, die Katze hat neun Leben*.

У ряді ФОн з семантичним значенням невизначеної кількості слід відмітити національну специфіку використання числівників. В англійській мові числівники у складі ФО, представлені широким кругом лексем *"nineteen, twenty, forty, fifty, hundred, thousand, million"*, напр. англ. *to talk nineteen to dozen, be in twenty minds, forty winks, to have fifty things to tell, sixty four dollars question, hundred to one, a thousand and one*. Дана специфіка пояснюється інтенцією якомога точніше, детальніше передати сприйняття певної ситуації, що є характерним для ментальності англійців.

У німецькій мові частіше спостерігається вживання у складі ФО числівників *"zwanzig, Hundert, hundert, Tausend, tausend"*, напр. нім. *er hat Verstand für ein zwanzig, Hunderte und Aberhunderte, ein Bild ist besser als Tausend Wörter, hundert Zweifel, tausend Dank*. Особливістю німецьких ФОн є часте використання числівників зі значенням десятків для вираження невизначеної кількості, у чому рефлектуються практичне розуміння навколишнього світу носіями німецької мови та тенденції до точної передачі кількісних характеристик тих чи інших явищ/подій.

На матеріалі германських мов були проаналізовані ФОн, що виступають на позначення різних параметрів кількості. Переважну кількість ФОн становлять одиниці зі значенням невизначеної кількості, семантичне наповнення яких на текстовому рівні становить перспективу подальших досліджень.

## МОВЧАННЯ ТА ІНШІ ЗАСОБИ НЕВЕРБАЛКИ

Колесник Н.О., студ. ПР-62

Силенціальний ефект як феномен невербальної комунікації у семантичному просторі англomовного художнього дискурсу, *zdkz' s'j,j.* поліаспектне багатоголосся у осмисленні аспектів мовчання є актуальним з огляду на розширення парадигми теорії комунікації, когнітивної лінгвістики, прагмалінгвістики та дискурсу.

Невербальні засоби спілкування привертають увагу вчених різних студій, в яких фокусується увага на поліаспектності, поліфункціональності та мультимодальності.

Невербальні компоненти є невід'ємною астиною семіотики, комунікативної лінгвістики, психології та соціології.

Комунікація не існує без обміну знаками ( вербальними та невербальними). Дослідники звертають увагу на лінгвістичні параметри метазнаків, їх класифікації. Мета і завдання роботи зумовили вибір методів та прийомів дослідження: лінгвістичного спостереження, описового та порівняльного методів з метою осмислення природи засобів позначення мовчання, компонентного аналізу метазнаків силенціального ефекту.

Відомо, що знак виступає в ролі замітника іншого предмета і використовується для одержання, зберігання, перетворення та передачі інформації.

Мовчання в художньому дискурсі позначається графічними та вербальними маркерами, має експліцитну та імпліцитну структури.

Англomовному художньому дискурсу притаманні стилістичні засоби позначення мовчання: метафора, порівняння, метонімія, епітет, гіпербола, оксиморон, зевгма.

Образи тиші та мовчання описуються на поетичних сторінках К.Д. Бальмонта, А.С. Пушкіна, М.Ю. Лермонтова, М. Цветаєвої, В. Сосюри, А. М'ястківського.

Образи мовчання в поезії асоціюються з нічним пейзажем, місячною ніччю – володаркою тиші, різними природними явищами. Вмузиці, мова шепоту робить тишу відчутною.

Феномен мовчання є дискурсивним явищем, яке відзеркалює стан комунікантів, їх прагматичну та соціокогнітивну діяльність. Силенціальний ефект корелює з психічним та ментальним станом людини, її емоціями та є маркером комунікативної стратегії.

Наук. керівник – Швачко С.О., д.філол.н., проф.

## ГРА СЛІВ І КАЛАМБУР, ЯК ЇЇ РІЗНОВИД: ВИТОКИ І ФУНКЦІЇ

Красько Н.А., студ. ПР-61,  
Косенко Ю.В., к.філол.н.

Зважаючи на брак комплексного аналізу стосовно даної теми, явище гри слів потребує поглибленого й розширеного вивчення – з урахуванням його прагматики, складної структури та специфіки семантичного аспекту.

Цим зумовлена актуальність даного дослідження. Об'єктом дослідження є масив висловлювань з елементами гри слів в українській, англійській та російській мовах. Предметом – дослідження засобів і результатів мовленнєвої гри, особливості структури та функціонування мовних одиниць з елементами гри слів. Мета даної роботи полягає у проведенні комплексного аналізу феномену гри слів на основі співставлення і порівняння цього явища в декількох мовах на різних мовних рівнях і на матеріалі різних стильових та жанрових різновидів; в описанні функціонування цього явища в межах будови слова (у морфеміці та словотворенні), граматичних та лексико-граматичних категорій морфології, синтаксичних конструкцій, фразеологічних та інших стійких мовних зворотів; в розширенні класифікації типів семантико-структурної побудови висловлень з елементами гри слів.

На основі проведеного дослідження виявлено, що гра слів являє собою складне семантико-стилістичне явище, засноване на комічному використанні різних значень однакових слів, співзвучних слів, слів з подібним графічним оформленням або на різних значеннях однієї й тієї ж мовної одиниці.

Реалізація каламбуру в мовленні відбувається за допомогою різноманітних засобів. Основу механізму створення каламбурів складають, передусім, відхилення від норм уживання мовних одиниць, наслідком чого є виникнення ефекту несподіваності та протиріччя. Типологізація каламбурів вимагає різностороннього підходу через невід'ємність лексичного аспекту від фонетичного та семантичного.

Перспективним може бути насамперед подальше дослідження цього семантико-стилістичного явища у різних типах дискурсу – розмовно-побутовому, публіцистичному, офіційно-діловому тощо. Плідною є також розробка каламбурів у соціокультурному (гендерному), соціолінгвістичному, когнітивному аспектах.



## НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Ляпа А., студ. ПР-81,  
Косенко Ю.В., к. філол.н.

Спілкування як особливого роду діяльність є найунікальнішим феноменом існування людського суспільства. Це творча гра інтелектуальних та емоційних сил співбесідників, це взаємне навчання партнерів, досягнення ними нових знань під час обговорення предмета розмови, це, досягнення встановлених кожною стороною мети переговорів. Актуальність теми полягає у тому, що невербальні засоби комунікації нерозривно пов'язані з суспільною реальністю. Успіх будь-якого контакту, в тому числі міжнародного, в значній мірі залежить від уміння встановлювати довірливий контакт зі співбесідником, а такий контакт залежить не тільки від того, що ви говорите, а й від того, як ви тримаєтесь.

Об'єктом дослідження є невербальні засоби комунікації. Предметом дослідження є невербальна поведінка в процесі спілкування. Невербальна комунікація, має різні знакові системи: а саме, оптико кінетичну систему – кінетику (використання жестів, міміки, пантоміміки), паралінгвістичну систему – фонацію (вираження мовлення системою вокалізації, яка характеризується якістю голосу, його діапазоном, тональністю і виражає почуття і стани людини), екстралінгвістичну систему (паузи та інші паралінгвістичні компоненти – покашлювання, сміх, темп мовлення, які включені в мову), просторово-часову систему (часові характеристики спілкування), візуальний контакт (контакт «очі в очі»).

Передача будь-якої інформації можлива лише за допомогою знакових систем. Існує кілька таких систем, які використовуються в комунікативному процесі і за допомогою яких можна класифікувати засоби комунікації на вербальні та невербальні. Невербальний і вербальний типи комунікації тісно пов'язані. Досліджуючи дане питання, ми можемо прийти до висновку, що невербальна комунікація використовується для виділення чи акцентування вербального повідомлення, для пояснення мовчання, для доповнення сказаного.

Питання невербального спілкування зберігає перспективи для подальшого вивчення. Цьому сприяють невирішеність всіх проблем на даному етапі розвитку науки, а також поява та еволюція нових засобів вербального та невербального спілкування, наприклад, електронної пошти, мобільних повідомлень, смайликів та ін.

## СТАТУС ЗООМОРФІЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ: ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Ліхіна Г.О., студ. ПР-61

Інтерпретативний характер сприйняття людиною довкілля виявляється в особливостях вербалізації зоосемічного фрагмента картини світу в англійській та українській мовах. Порівняння людини з твариною в сучасних англійській і українській мовах ґрунтується як на об'єктивному досвіді спостереження і контактів з тваринами, так і на інтерпретованих культурою уявленнях.

З метою відслідковування відображених в англійській та українській мовних картинах світу стосунків людини й тварин у світлі протиставлення екологічного й антропоцентричного підходів зіставлення англійських та українських зоосемізмів проводилося за двома параметрами - семантико-когнітивним та функціонально-прагматичним.

Семантико-когнітивні параметри включають: зіставлення таксономій англійських та українських назв тварин, що використовуються в переносному значенні для характеристики людини; моделювання відношень між концептосферами людина - тварина з визначенням семантичних ролей актантів "людина" і "тварина" в МОВН з анімальним компонентом; класифікацію ознак для порівняння референта-людина з корелятом-тварина; аналіз способів вираження зоосемізмів та ступінь прозорості посилення на тварину; виявлення концептуальних метафор, що реалізуються в досліджуваних МОВН. Функціонально-прагматичні параметри включають вивчення функціональної переорієнтації зоосемізмів та їхньої перекатегоризації, зіставлення словотворчих можливостей зоосемізмів, а також їхніх емоційно-оцінних характеристик.

На підставі кількісного аналізу таксономій англійських та українських назв тварин було виявлено, що деталізація представлення складників зоосемічного фрагмента мовної картини світу в досліджуваних мовах суттєво зростає від переносних значень назв безхребетних тварин (37 в англійській і 28 в українській) до назв хребетних (120 в англійській і 144 в українській).

Як в англійській, так і в українській мовах спостерігається тенденція до використання в переносному значенні не назв окремих порід, видів тварин, а назв вищих за зоологічною ієрархією угруповань, наприклад, рід (30 в англійській і 31 в українській), родина (57 в англійській і 53 в українській), ряд (34 в англійській і 31 в

українській). Пояснюється така тенденція прототиповістю зоосемізмів, тобто їхньою здатністю охоплювати найбільш характерні ознаки належних до цього угруповання видів тварин, а також пов'язані з ними культурні стереотипи, що дозволяють означити всю категорію.

Аналіз семантичної структури МОВН виявив певні закономірності у вербалізації досвіду контактів людини й тварин, відображених у зоосемічному фрагменті мовної картини світу. Для представлення цих контактів було побудовано чотири базові концептуальні моделі: 1) людина-референт → тварина-корелят; 2) тварина-референт → людина-корелят; 3) людина-референт є тварина-корелят; 4) тварина-референт є людина-корелят. Дві перші моделі схематизують взаємодію людини й тварин, відношення володіння і родо-видові зв'язки, вербалізовані в МОВН; дві інші моделі ілюструють асоціативні зв'язки між людиною й тваринами, що є підґрунтям для порівняння чи уподібнення.

Експліцитні та імпліцитні зоосемізми було виявлено як в англійській, так і українській мовах. Під експліцитними зоосемізмами ми розуміємо назви тварин у переносному значенні, що пов'язані семантичними й синтаксичними зв'язками з назвою людини в МОВН. Під імпліцитними зоосемізмами розуміються одиниці, що виражають мапування концептосфер тварина і людина, закріплене на семантичному рівні за допомогою певних мовних одиниць, де тварина, з якою порівнюється людина, не називається.

Результати аналізу зоосемізмів як функціонально переорієнтованих одиниць в англійській і українській мовах вказують на процеси десемантизації, термінологізації/ детермінологізації та ідіоматизації зоосемізмів. Зоосемізми також зазнають аксіологічних змін, що вказує на їхню динаміку та семантичну варіативність

Зоосемізми як продукт вторинної номінації є одиницями мотивованими, проте їхня мотивація не є однотипною. Випадки, коли форма слова, ідентична назві тварини, насправді не походить від останньої, пояснюються полісемією та омонімією, ширше розвиненими в англійській, ніж в українській мові.

Прагматичний потенціал зоосемізмів ґрунтується на складному діалектичному зв'язку між семантикою і прагматикою (В.І.Заботкіна). Словникові позначки, дефініції, ілюстративні приклади, включені до глоси зоосемізмів, мають виразну комунікативну спрямованість..

Наук. керівник - Кобякова І.К., к. філол. н., доц.

# КОМПЛІМЕНТ ЯК РЕГУЛЯТИВНИЙ МОВЛЕННЄВИЙ АКТ

Луценко Д., студ. ПР-62

Комплімент, розглянутий як одиниця мовленнєвої поведінки, є особливим видом мовленнєвих вчинків. Поняття мовленнєвого вчинку поєднує в собі такі категорії, як мовленнєва дія, соціально-психологічна взаємодія і спосіб мовної реалізації мовленнєвої дії.

Мовленнєва дія, в силу її спрямованості на якісно різні (мовленнєві і немовленнєві) комунікативні цілі, являє собою складну єдність іллокутивного акту, перлокутивного акту і соціальної дії. Іллокутивний акт є вираженням повністю відкритих намірів мовця, що має розпізнати адресат. Суть перлокутивного акту полягає у запланованій зміні психічного стану адресата. Соціальна дія в нашому розумінні - це цілеспрямований процес управління поведінкою адресата.

Спосіб реалізації мовленнєвої дії визначається як закономірностями вживання мови в мовленні, так і позамовними факторами - соціально-психологічними особливостями (колективними та індивідуальними) учасників взаємодії.

Комплімент як іллокутивний акт належить до класу експресивів (по Серлю) та має такі властивості:

Іллокутивні цілі компліменту полягають у тому, щоб виразити:

1) інтенційний стан мовця, репрезентативний зміст якого складає позитивна оцінка, експліцитно чи імпліцитно виражена в пропозиційному змісті висловлювання; 2) намір / прагнення / бажання мовця доставити задоволення адресату; 3) позитивне ставлення мовця до адресата.

Комплімент як перлокутивний акт націлений на те, щоб викликати у адресата позитивну емоційну реакцію, зробити йому приємне. В основі перлокутивного акту компліменту - задоволення життєво важливої потреби адресата бути визнаним і високо оціненим тими, хто його оточує. Перлокутивні акти компліменту можуть бути успішними чи неуспішними, навмисними чи ненавмисними.

Основний методологічний принцип вивчення комплімента є комунікативно-функціональний підхід до проблем мови й мовлення, з опорою на цілісну теоретичну концепцію, що дозволяє коректно описувати та вірогідно інтерпретувати комунікативні та культурні явища.

Наук. керівник - Баранова С.В., к.філол. н., доц.

## АНТОНОМАЗІЯ ЯК МАРКЕР АВТОРСЬКОГО СВІТОГЛЯДУ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ J. GRISHAM "THE RAINMAKER")

Покущенко Ю. О., студ. ПР-62

Антономазією (грец. *άντονομασία*, від *άντονομάξω* — називаю по-іншому) називається різновид метонімії, побудованої на вживанні власного імені замість загального. Основна функція антономазії — характерологічна. Сутність антономазії ґрунтується на тому, що власне ім'я, найчастіше ім'я особи, що вирізняється якоюсь характерною ознакою або сталою належністю до певного явища, стає прикметою цієї ознаки або цього явища. Більшість власних імен, що використовуються в загальному значенні, передають одночасно і емоційну оцінку.

Виділяють два види антономазії: використання власного імені в значенні загального іменника (*Othello, Don Juan, Romeo, Hamlet*) і використання загальних іменників чи їх частин у функції власних імен. І в першому, і в другому випадку другорядна номінація базується на реальній чи вигаданій схожості двох об'єктів. Перший вид характерний в основному для розмовного стилю як своєрідний штамп, який застосовується до характеристики особи: *He is a real Romeo!* Другий вид характерний в основному для художнього стилю. В художньому творі, де всі компоненти формують певну систему, ім'я героя чи героїв, оскільки воно являється одним із компонентів даної системи: *Booker, Mr. Black, Plankmore*. Сенс імені, що корелює з поняттям образності, виникає також в результаті складніших відносин як між ім'ям і позаконтекстними апелятивами, так і всередині фрагменту чи цілого тексту. Можна стверджувати те, що можливо риса, яка і визначає появу антономастичного імені, зовсім не являється помітною характеристикою особистості і, розглянувши загальний образ людини окремо від контексту, на перший план виступають інші ознаки. Така ситуація не змінює суті справи. Найчастіше зустрічаються: *зовнішність* — *Skinner*, *поведінка* — *Birdie*, *діяльність* — *Booker*, *статус* — *Prince*. Англійські апелятиви як відносно стабільні утворення зафіксовані в англійських словниках прізвищ і словниках сучасної англійської мови. Власні імена інколи визначаються як «індивідуалізуючі» знаки. Це відбувається тому, що первинною функцією антропонімів являється ідентифікація, тобто вичленення об'єкта (людини) у всій сукупності його властивостей, якостей і ознак із класу подібних. Вони являються «замкнутими» утвореннями, розрахованими на вузьку комунікативну сферу: *Dot, Buddy, Donny, Ray, Rob, Ronny*. Індивідуалізатори інколи із «самого початку»

прагнуть до ролі повноправних представників предмету мовлення, його основного і єдиного імені. Висока «називна активність» індивідуалізаторів призводить до того, що вони можуть повністю заміщати собою офіційні імена: *Booker*. Англійські власні імена пройшли довгий шлях історичного розвитку, шлях, нерозривно пов'язаний з історією англійської мови та англійського народу. Виникнення і розвиток власних імен як суспільно-історичної і мовної категорії тісно пов'язані з головними етапами соціально-економічного розвитку людства. Образне враження від імені, яке читач отримує ще до знайомства з персонажем, розвивається по ходу розповіді. Тому автономність літературних імен у відношенні до реальних імен полягає у двоякості їх семантики, - назвати персонаж і визначити його ознаки, характерні риси, через спеціально встановлений автором твору асоціативний зв'язок. В даному романі автор намагається провести асоціативний зв'язок. Тому саме в іменах він вирішив втілити і внести характерні риси людської сутності: *Miss Birdie Birdsong, Sara Plankmore, Booker, Dot, Buddy Black*. Не менш важливим в художньому тексті є контекст. Контекст дає можливість побачити одну і ту ж подію з різних ракурсів сприйняття, враховуючи фонові знання і даного контексту. Антономастичне ім'я відображає не лише образ людини, а й показує його в динаміці, в чому і полягає ключова особливість його функціонування в тексті. На прикладі запропонованих імен спостерігається авторська тенденція. Порівнюючи героїню з іменем *Miss Birdie Birdson*, відчувається антономастичне переваження, адже, використовуючи дане ім'я автор, вдається не лише до метафоричного слова «bird», а й до вживання індивідуалізуючого зменшувально-пестливого суфіксу «ie», що вже вказує на авторське далеко не нейтральне ставлення до героїні. А от достатньо стримане антономастичне ім'я «*Booker*» залишається в авторському баченні в рамках словникового тлумачення даної лексеми і даний герой за контекстом не набуває ніяких суперечливих рис.

В художньому творі для досягнення мети розуміння і порозуміння автор має ґрунтовно підійти не просто до образу і вибору антономастичних імен головних героїв, а й до гармонійного їх поєднання з усім словниковим складом твору, адже всі стилістичні засоби в сукупності мають створити вплив на читача, донести авторське прагматичне сприйняття світу. Антономастичні імена, не зважаючи на стилістично обмежуючу аналітичність англійської мови, залишаються потужним джерелом емотивів.

Наук. керівник – Попова О.В., викладач

## МЕТАФОРИЗАЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ТВОРЕННІ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Поляков І.С., студ. ПР-61

Акт метафоризації виражається в формі переносу деякої ознаки одного предмета на інший в силу наявності у цього іншого предмета подібної ознаки. З цієї точки зору, створення метафори можна уявити як «активний-активний» акт, а сприйняття метафори і її інтерпретація – як «пасивно-активний» акт. Необхідною умовою розуміння метафори (її адекватної інтерпретації) є певний рівень мислення суб'єкта, який сприймає метафору.

Процеси метафоризації протікають в сфері мислительно-мовної практики, яка має справу не з реальними речами і явищами, а з їхніми відображеннями у людській свідомості. Отже, зрозуміти метафору – означає в якійсь степені мислено прослідити шлях її створення, а це потребує мислительних зусиль в подоланні несумісності значень і побудові смислової гармонії. Ціль метафори – викликати уявлення. Світ метафори – це світ образного мислення. Результат метафори – виведення ознак основного суб'єкта. Тому здатність мислити метафорично – риса власне *homo sapiens*.

Метафоричний процес багатий і різноманітний, який включає і мотив вибору того чи іншого вислову в залежності від прагматичного замислу і характеру тексту. Метафоричний процес завжди суб'єктивний. Навіть в таких звичайних метафорах як *кінь*, *іти на рожен* проглядається суб'єктивне відношення творця метафори. Метафоризація не зменшується, а розширюється з розвитком мови. Якщо якісь перші метафоричні позначення втрачають свій метафоричний характер, то це не свідчить про загальну деметафоризацію мови, так як в мові постійно створюються нові метафори.

Як відомо, сам термін "метафора" використовується в двох значеннях – результат і – рідше – процес. Саме цей останній аспект метафори найбезпосереднішим чином пов'язаний з людським чинником в мові: завдяки ньому в мовних засобах відображається все те національно-культурне багатство, яке накопичується мовним колективом в процесі його історичного розвитку.

При дослідженні картини світу, закріпленої в мові, в тій його частині, яка організована стежками і їх асоціативними потенціями, необхідно враховувати перш за все роль кожного з різновидів тропів, а їх, як відомо, достатньо багато, хоча межі між їх видами і різного роду

фігурами мови провести важка. Проблема мовної картини світу найтісніше пов'язана з проблемою метафори як одним із способів її створення. При цьому мовна картина служить перш за все цілям виразу концептуальної картини. І саме до форми виразу відносяться всі ті мовні механізми, які організовують мовну картину світу.

Одним із головних механізмів творення мовної картини світу є метафора, оскільки вона здатна забезпечити пізнання через вже пізнане, зафіксоване у вигляді значення мовної одиниці. У цьому переосмисленні образ, лежачий в основі метафори, грає роль внутрішньої форми з характерними саме для даного образу асоціаціями, які надають суб'єктові мови широкий діапазон для інтерпретації, що позначається для відображення багаточисельних відтінків значення.

Отже, ми виходимо з допущення про те, що мовна картина світу - це неминучий для мовної діяльності продукт свідомості, який виникає в результаті взаємодії мислення, дійсності і мови як засобу виразу думок про світ в актах комунікації. Сама метафора мовна картина світу говорить про те, що використані при формуванні понять вербально-мовні і образні асоціації і технічні засоби мови не зникають безслідно, а додають цим поняттям саме мовне забарвлення.

Відмінності фізично сприйманого світу і світу, даного в безпосередніх відчуттях, чітко і достатньо структуровано відповідає відмінність в базових типах метафори. Один з них ідентифікує об'єкт, семантично описуючи його як вже існуючу реалію, інший же виконує когнітивну функцію і формує новий концепт, організовуючи його за допомогою асоціативних механізмів подібності, і на основі такого моделювання створює предикативний тип значення, що відображає не предмети, а відвернуті від них ознаки ознак.

Резюмуючи аналіз метафоричного процесу можна сказати, що метафоризація – це процес, що приводить до отримання нового значення про світ шляхом використання вже існуючих в мові назв. В цьому процесі взаємодіють наступні сутності: суб'єкт метафори і його мовне знання про світ – з однієї сторони, а з іншої – його знання мовних значень і їх асоціативних комплексів. Метафоричний процес передбачає не тільки участі розуму, мозку людини, а й світу, в тріаді з яким метафоричний вислів постає своєрідним вузлом людина – метафора – світ.

Наук. керівник - Назаренко О.В., викладач



## ГРА СЛІВ: ВИНИКНЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ

Прокопів І.В., студ. ПР-63

Гра слів — використання звукової, лексичної, граматичної форми мовних одиниць (слів, їхніх окремих значень і частин, фразеологічних одиниць, синтаксичних конструкцій та ін.) для створення певних фонетико- і семантико-стилістичних, явищ, що ґрунтується на зіставленні й переосмисленні — “обіграванні” різних значень або вживань (сми́слів) та синтаксичних функцій близькозвучних або однозвучних одиниць.

Термін “гра слів”, таким чином, стосується обігравання мовних одиниць не тільки на лексичному рівні, як це впливає з його вужчого розуміння, а й на інших мовних рівнях. Крім того, всупереч поширеній у літературознавчій і мовознавчій стилістиці думці явище гри слів не слід розуміти як цілковито ідентичне поняттю каламбуру. Останній є одним з різновидів цього явища, який полягає у використанні зовнішньої подібності або тотожності мовних одиниць з метою досягнення гумористичного (жартівливого, іронічного, сатиричного) ефекту.

Виникнення гри слів можна пов'язати хронологічно з виникненням писемності в цілому, оскільки наші предки задля спрощення при письмі використовували багатозначні з дозволу сказати лексеми у вигляді піктограм, малюнків тощо. Цей факт не міг не наштовхнути їх на явище двозначності.

Слова та позначувані ними концепти сприймалися як нерозривне ціле, тому гра слів мала сакральне значення. Найдавніші приклади мовної гри можна знайти в культових текстах (магічна гра слів в поезії народів первісної культури — замовах, молитвах, сюжетах, що пов'язані з випробуванням на мудрість, — епізод з “Ніхто” в “Одісеї”), також це була символічна гра словом в *trobar clus* середньовічних трубадурів та поетів *dolce stil nuovo*, гра слів в філософській та містичній ліриці середньовічного Сходу. Згодом, коли людство значно подорослішало, це явище набуло значного вжитку в красному письменстві як один з найяскравіших способів привернення уваги.

Говорячи про гру слів як функціональну одиницю, яка реалізується на різних рівнях, а паралельно із тим й у текстах різного функціонального спрямування, очевидно видається неабияка широта та різнохарактерність її функціонального спектру (переважно у текстах реклами, публіцистичних, а також белетристичних, у цьому

відношенні слід констатувати повну недослідженість скажімо гри слів у своїх функціональних проявах на рівні наукового, чи то офіційно-ділового стилів).

Аналізуючи гру слів у ролі стилістичного засобу, загальна стилістика (а також інші роботи які не полишають меж стилістичного підходу), визначають як головну та єдину функцію даного явища його здатність до створення комічного. Більше того, остання являє собою у межах цієї концепції не просто кардинальну функцію, але й одну з детермінуючих (поряд із специфічними структурними вимогами до явища) властивостей: тобто, говорячи про гру слів, стиліст на практиці автоматично говорить про один із головних засобів створення комічного.

Детермінована у даних межах, вона за своїм прагматичним спрямуванням стає в один рід із такими стилістичними прийомами як зевгма, оксюморон тощо. Іншими словами, апелюючи до майже нескінченної низки дефініцій естетичної категорії комічного, можна констатувати, що контраст, який є характерним ефектом гри слів, становить за своєю природою одну з наступних форм протистояння: огидного – прекрасному (Аристотель), нікчемного – високому (Кант), безглузлого – розсудливому (Жан Поль, Шопенгауер), автоматичного – живому (Бергсон). Проте дослідження вказують на те, що дане явище має набагато ширшу впливу.

Виступаючи як засіб вираження гостроти й дотепності думки з ефектом несподіваності та відточеності стилю, гра слів використовується, крім цього, для досягнення трьох основних цілей, які, зрештою, можуть взаємопереплітатися.

По-перше, для привернення уваги до значення, для загострення сприйняття семантичних особливостей одиниць, що обіграються (особливостей, справді властивих цим одиницям чи тільки приписуваних їм у такий спосіб). По-друге, для створення в такий спосіб комічно-сатиричного ефекту. По-третє, для створення зображально-виражального ефекту.

Підводячи підсумок слід зауважити, що явище мовної гри – багатогранний та складний феномен, при характеризуванні та систематизації якого не слід зупинятись комічному ефекті, який хоча і є одним з найяскравіших, що їх створює дане явище, проте все ж не є єдиною формою впливу гри слів. Залежно від сфери вживання вона може виконувати різнопланові завдання.

Наук. керівник - Дегтярьова Л.І., ст. викладач

# ЛІНГВО-КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ МЕТАФОР АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (НА МАТЕРІАЛІ ПІСЕННОГО ДИСКУРСУ)

Сенченко Ю. І., студ. ПР-62

Головна мета роботи – дослідити статус метафор, вивчити особливості їх вживання, цілі використання, типи мовленнєвих метафор, функціонування у сучасному англomовному та американомовному дискурсах. Метафора – семантична зміна, що полягає у перенесенні значення одного слова/словосполучення на інше, розкритті сутності одних явищ чи предметів через інші за схожістю і контрастом.

Метафора є головним виражальним, пізнавальним засобом. Сьогодні стає все більш очевидно, що не лише мова людини, а й сфера її мислення метафорична. Метафора є інтерактивною, тому що взаємодіє як зі світом, що сприймається, так із волевиявленнями людини. Реалії, факти, предмети та явища дійсності ґрунтуються на метафоричному порівнянні, а волевиявлення закладене в самому метафоричному посиланні. Метафора виникає при розкритті сутності одних явищ через інші за схожістю, трапляються випадки переносу ознак за контрастом. У пісні «Disturbia» Rihanna використовує цілий приспів, що метафорично характеризує «хвилювання»: *It's a thief in the night to come and grab you. It can creep up inside you and consume you. A disease of the mind, it can control you. It's too close to comfort.* Людина не тільки виражає свої думки за допомогою метафор, але й мислить метафорично, пізнає шляхом метафор світ, в якому живе, а також прагне у процесі комунікативної діяльності переформувати існуючу в свідомості адресата картину світу. Когнітивний підхід у мові базується на тому, що мову не можна відокремити від розумового процесу. Метафора містить когнітивні уявлення про дійсність, а її засоби вираження у мові мають свої семантичні, синтаксичні і функціональні характеристики. Як експресивний засіб вона складає одне із джерел мотивації. Метафора тяжіє до поетичної дійсності. Музичний дискурс не став виключенням, за допомогою метафоричних перенесень автори пісень майстерно виражають почуття та емоції: *You are my destiny. I'm yours forever* (Pussycat Dolls, «Jai Ho»). *I will be wearing these scars* (Leona Lewis, «Bleeding Love»).

З упевненістю можна сказати, що когнітивна метафора є невід'ємною частиною вираження та пізнання оточуючих нас процесів та явищ, виступає головним експресивним засобом поетичної мови.

Наук. керівник – Кобякова І.К., к. філол. н., доц.

## СТРАТИФІКАЦІЯ МОВНИХ ОДИНИЦЬ НА ТЕРИТОРІЇ НІМЕЧЧИНИ

Стукало В.Г., студ. ПР-62,  
Дегтярьова Л.І., ст. викладач

Діалекти слугують для розуміння різноманіття слів, звуків і форм сучасної мови, для практичного врахування особливостей місцевої мови; діалекти слугують для встановлення взаємовідносин між історією мови та історією народу, так як діалектні факти часто дають можливість простежити, як пересувалися племена і народи в далекій давнині; крім того діалекти слугують для розуміння процесу історичного розвитку мови. Діалект - це різновид мови, що вживається як засіб порозуміння особами, пов'язаними між собою територією, фаховою або соціальною спільністю

Система функціональних стилів німецької мови включає в себе літературну мову (Schriftsprache, Standardsprache, Hochdeutsch), що зближуються з літературною нормою побутово-розмовна мова (Umgangssprache), регіональні, побутово-розмовні мови (берлінська, північнонімецька, баденська, баварська, пфальцьська, гесенська), численні напівдіалекти і власне територіальні діалекти.

Регіональні і навіть місцеві діалекти різняться один від одного у вимові, граматиці і лексиці настільки, що в деяких випадках непорозуміння робить спілкування неможливим. Саме в таких випадках на допомогу приходять літературна німецька мова - основний засіб передачі інформації в ЗМІ, літературі, освіті та бізнесі. Більшість німців - білінгвісти: вони з дитинства володіють як діалектом свого регіону, так і літературною мовою (Hochdeutsch). Основою німецької літературної мови становлять діалекти. Літературна німецька мова була сформована з верхньо-південнонімецьких та верхньо-середньонімецьких діалектів.

Для позначення об'єкта діалектології в німецькій мові використовуються терміни *der Dialekt* і *die Mundart*, які більшістю німецьких діалектологів вживаються як синоніми. Діалекти німецької мови виявляють широкий спектр варіювання. Німецькі діалекти поділяються на нижньонімецькі діалекти на півночі, які не пережили другого німецького зсуву звуків, та на верхньонімецькі діалекти на півдні, на які дуже вплинув зсув голосних та приголосних. Крім того не існує різкої межі між двома типами діалектів. Перша група діалектів поступово переходить у другу групу.

Верхньонімецькі діалекти в свою чергу діляться на середньонімецькі та верхньонімецькі. Мовна межа між середньо-верхньонімецькими діалектами має назву Гермесхаймська лінія, та включає в себе франко-баварські та південно-франко-швабські діалекти. Так звана «нова» мовна лінія між верхньо- та середньонімецькими діалектами розглядається сьогодні в цілому як Шпаерська лінія. Нижньонімецькими називаються ті діалекти, у яких другий(верхньонімецький) зсув голосних і приголосних не відбувся зовсім, або відбувся у незначній мірі. Нижньонімецька мова (нижньосаксонська та східносаксонська) виникла з давньосаксонської. На ній говорять на півночі Німеччини, а також на північному заході Голландії, де вона має назву «nedersaksisch».

Нижньонімецькі діалекти мають низку істотних особливостей у фонетиці, граматиці і лексиці, що відрізняє їх і від літературної норми, і від середньонімецького і верхньонімецького діалектів. Ці особливості походять від особливостей давньосаксонського діалекту, тому не дивно багато хто помічає більшу схожість нижньонімецьких діалектів з голландською або англійською мовами, аніж з німецькою.

В області фонетики основні відмінності нижньонімецької мови складають: 1. Відсутність другого (верхньонімецького) пересування приголосних: порівняйте: нижньонімецька *Appel, Water, ik* верхньонімецька *Apfel, Wasser, ich*; 2. Збереження старих вузьких довгих голосних: порівняйте нижньонімецька *Huus* «дім», , *Lüüd* «люди» верхньонімецька *Haus, , Leute*; 3. Випадання носових перед спірантами з подовженням голосного: порівняйте нижньонімецька *Gous* «гусак» *fif* «п'ять» верхньонімецька *Gans, fünf*.

До лексико-семантичних особливостей німецьких діалектів можна віднести розподіл кількох назв одних і тих самих предметів у межах різних територій. Так, для позначення кислих сортів вишень у німецькій мові є назви: *die Sauerkirsche* та *die Weichsel*. Кожне з цих позначень використовується у певній діалектній зоні. У деяких діалектах є ще особливі слова, яких немає в інших. У саксонському, наприклад *Bemme = Butterbrot, nüscht = nichts*. Саксонці ще дуже часто говорять не "*Wem gehört das?*", а "*Wem ist das?*", "*Gütn Morschn!*" замість "*Guten Morgen!*". До граматичних особливостей нижньонімецької мови можна віднести: спільну форму множини для усіх осіб дієслова, наприклад, закінчення *-et* в презенсі індикативу; відпадиння префіксу *ge-* у партиципі II; однакові займенники 1-ї і 2-ї о. у Akk. та D. Також існує помітна різниця у формі артиклю, питальних займенників, прийменників та сполучників.

## МОВЧАННЯ В КОМУНІКАТИВНОЇ ТЕОРІЇ СПІЛКУВАННЯ

Єрмоленко А.І., студ. ПР-72

Комунікативна теорія у своїх головних моделях орієнтується на ту роль, яку відіграє комунікація, надто масова, в житті суспільства. Саме масова комунікація принципово змінила ситуацію, надала можливість жити спільним життям не тільки окремому суспільству, але й цілому людству, коли кожен у своїй квартирі може бачити чи не всі найважливіші світові події.

Р. Якобсон зосереджується на шести можливих функціях комунікації. Емотивна (за опертя на адресанта) — це всі варіанти вияву свого «я». Любовна лірика, на відміну від новин на газетних сторінках, несе в собі чимало особистої інформації. Референтна (денотативна) — коли підкреслюється контекст. Ідеться про той об'єкт, про який ми говоримо. Конотативна (за опертя на адресата) — це може бути наказ, заклик. Сюди ж можна долучити ефективність того чи іншого повідомлення.

Поетична (за опертя на повідомлення) — це той випадок, коли форма виходить на перший план, а зміст — на другий. У наших квартирних розмовах, навпаки, на першому місці — зміст, а вже потім — форма. Металінгвістична (за опертя на код) — це вихід за межі розмови при вживанні знайомих слів, описуючи це слово, ми вводим його до словника. Фатична (за опертя на контакт) — це функція підтримки контакту, коли важливо не те, що саме говориш, а те, щоб контакт не зник. Сюди належать такі «жанри», як розмови про погоду, бесіда за святковим столом. Головне тут — не нова інформація, а наявність контакту, тобто соціальність співрозмовників. Всі ці функції водночас несе кожен комунікативний акт, але одна з них виходить наперед, і тоді це буде або вишукана поезія, або військовий наказ, або розмови про погоду. Людина може виявити/не виявити щось у будь-який спосіб, а не тільки за допомогою слова. Наприклад, Ева Естерберг створила таку типологію мовчання: Поширені типи мовчання: Мовчання, викликане непевністю. Очікувальне мовчання. Погрозливе мовчання. Мовчання, викликане настороженістю. Мовчання роздумів. Ображене мовчання. Рідкісні типи мовчання: Мовчання від втоми. Мовчання, викликане простим бажанням відпочити. Мовчання від нудьги. Мовчання від здивування або знічення.

Наук. керівник — Єрмоленко С. В., старший викладач

## КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИСЛІВНИКІВ В АВТОРСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Шелехова О.В., студ. ПР-62,  
Баранова С.В., к.філол.н., доц.

Авторський дискурс - особливе сполучення ідей, концепцій творця, відображення його світогляду, образного бачення світу та мислення, взаємодія відтвореної реальності з істинною індивідуальністю автора.

Прислівники займають помітне місце в авторському дискурсі. Вони роблять твір емоційно насиченим, надають йому експресії та реалістичного звучання. Автор використовує різні типи прислівників в тих епізодах, які є важливими для розуміння твору. Разом з тим автор використовує їх для того, щоб підкреслити значення якогось одного героя в даній ситуації, його становище в ній. Дискурс впливає на вибір прислівників, і навпаки, без семантичної «зв'язності» прислівників у контексті не буде правильної інтерпретації ситуації, домінуватиме мовна девіація – неможливе існування «правильного» дискурсу.

В авторському дискурсі переважають прислівники типу *long, fast, slowly, before*, які вказують на характер зазначеного процесу, функціонують у статусі кваліфікаторів та інтенсифікаторів; прислівники часу, які сприяють переключенню авторського розповідного плану до часового плану героя, а також можуть сполучатися з іншими засобами (сурядними протиставними й підрядними сполучниками, неповними реченнями та ін.); прислівники типу *now, just now, here*, які в контексті використовуються як включно-видільні засоби. Типовими засобами сполучення речень служать прислівники, утворені від коренів *here, there, where*, такі як *hereafter, herein, thereon, therewith, whereas*; оцінні та модальні прислівники, які виступають у якості засобів вираження внутрішнього мовлення. Вживання емоційних прислівників *certainly, really* у сполученні з дієсловом *do/did* у стверджувальній формі пісилюють виражену думку.

Отже, в авторському дискурсі прислівники допомагають краще зрозуміти соціальне оточення героїв, їх життя в цьому оточенні та стосунки між ними. При вживанні різноманітних прислівників автор досягає емоційності та зв'язності тексту, акцентуючи увагу на тому чи іншому героєві, а також вказуючи імпліцитно на наявність іншого учасника дії.

## ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСЬКИХ СЛЕНГІВ

Щербина А., студ. ПР-63,  
Кириченко О.А., ст. викладач

Проблематика сленгу є предметом постійного наукового пошуку. Сленг розвивається, змінюється дуже швидко. Це утворення, яке може як легко утворитися, так і зникнути. Ці всі зміни відбуваються для спрощення усної мови та її розуміння. Сленг – дуже живе та динамічне утворення. Це важлива частина мови, яка допомагає «тримати» її «живою».

Загальний сленг - це відносно стійка для певного періоду, широко поширена і загальнозрозуміла соціальна мовна мікросистема в просторіччі, вельми неоднорідна за своїм генетичним складом і ступенем наближення до фамільярно-розмовної мови, з яскраво вираженою емоційно-експресивною конотацією вокабуляра, що часто представляє насміх над соціальними, етичними, естетичними, мовними та іншими умовностями і авторитетами. Загальні сленгізми відрізняються від лексики літературного стандарту етико-стилістичним зниженням різної якості: від жартівливо-іронічної та невимушеної експресії повсякденного до принизливої експресії суто фамільярного спілкування.

Молодіжний сленг відноситься до спеціального сленгу. Студентський сленг є одним з шарів лексики молодіжного сленгу та формується навколо ядра корпоративних жаргонів. Значну частину лексичного складу студентського сленгу складають також професійні жаргонізми. Як професійні, так і корпоративні жаргони, у свою чергу, піддаються впливу кенту.

Сленг змінюється в часі і просторі водночас зі змінами в суспільстві. Джерелом для поповнення сленгу може стати все, що є прийнятним для певного кола людей, сфер їхніх інтересів, спілкування та родів діяльності. З існуючих восьми сфер спілкування не всі, а лише професійно-трудова, соціально-побутова, видовищно-масова та сімейна сфери притаманні студентському сленгу. Формування словника “системного” сленгу відбувається за рахунок тих же джерел і засобів, які властиві мові взагалі. Значну частину одиниць студентського сленгу представляють ті лексичні одиниці, які є дублетами нейтральних або розмовних одиниць. Спостерігається також метонімічний словотвір.



## ПРОБЛЕМИ КОНФЛІКТІВ У СПІЛКУВАННІ ЛЮДЕЙ

Черненко А., студ. ПР-82

Дана проблема є актуальною і буде такою, доки існує людство. Людські відносини будуються на спілкуванні, котре не може існувати без конфліктів, адже, спілкування - це вираження людиною своєї власної думки та можлива критика думки співрозмовників.

Об'єктом названої проблеми вважається саме відношення між людьми, що виникає завдяки спілкуванню, не уникаючи при цьому конфліктів.

Стосовно предмету проблеми, то ним є конфлікт і все, що його стосується.

Конфлікт – це ситуація, при якій виникає зіткнення протилежних сторін, сил чи поглядів; відсутність згоди між двома чи більше суб'єктами; або спостерігається внутрішній дискомфорт однієї особи. У конфліктах беруть участь як окремі особи так і групи людей.

Учасників конфлікту називають опонентами, суперниками тощо. Конфліктна ситуація передбачає існування таких об'єктів: учасники конфлікту, об'єкт конфлікту, рушійна сила – інцидент. Основними типами конфлікту вважаються: внутрішньоособовий, міжособовий, між особою та групою, міжгруповий.

Основні причини конфлікту це – розподіл ресурсів, різниця у цілях, взаємозалежність у досягненні результату, різниця в уяві та цінностях, незадовільні комунікації, різниця у досвіді та манері поведінки, різка зміна подій чи умов.

Способами вирішення конфлікту вважаються ухилення, згладжування, примус, компроміс. Конфліктні процеси мало хто схвалює, але майже всі в них беруть участь.

В сучасному світі конфліктів не уникнути. Людина розвивається, разом із нею і спілкування. З'являється більше сприятливих умов для виникнення конфліктів.

А отже, виникають нові питання, що стосуються конфліктів, на котрі необхідно знайти відповіді. Звідси і виникає перспектива розвитку вирішення даної проблеми.

Наук. керівник – Косенко Ю.В., к.філол.н.

## ФЕНОМЕН СПУСТОШЕНИХ СЛІВ

Фараджулаєва С.І., студ. ПР-61

Вивчення семантики лексичних одиниць залишається на сьогодні одним з актуальних напрямків лінгвістичних досліджень. Незважаючи на різноманітність аспектів, в яких вивчається спустошені лексика, безліч питань зберігають дискусійний характер. Наприклад, немає однастайності в питанні щодо вживання даної лексики.

Дослідження полягає в комплексному вивченні лексико-семантичного та лінгвістичного аспектів «спустошеності», а також аналізі даних необхідних компонентів дискурсу, які дозволяють дослідити утворення та функціонування даних лексичних одиниць.

Семантика як розділ лінгвістики відповідає на питання, яким чином людина, знаючи слова і граматичні правила якої-небудь природної мови, виявляється здатною передати з їх допомогою найрізноманітнішу інформацію про світ (у тому числі і про власний внутрішній світ), навіть якщо вона вперше стикається з таким завданням, і розуміє, яку інформацію про світ містить в собі будь-який звернений до неї вислів, навіть якщо він вперше чує його.

Феномен спустошених слів – це втрачення семантичного навантаження за рахунок посилення синтаксичних функцій; зведення слів до виконання граматичних (синтаксичних) функцій.

«Десемантизовані», «семантично спустошені» слова зберігають архісему, але втрачають дифференціальну сему, втрачаючи здатність самостійно співвідноситися з об'єктом дійсності. Слова стають графаретними і піддаються так би мовити семантичному зносу.

Як відомо, займенники часто розглядалися та розглядаються як слова семантично спустошені або у будь-якому випадку як слова, значення яких ситуативно змінюється.

Вибуки виділяються у мові своєрідністю їх фонетичного оформлення, семантико-граматичною формою та специфічною комунікативною функцією. Отже, вибукові словосполучення і речення характеризуються семантичною неподільністю, становлять цілісну одиницю, незважаючи на складений характер і навіть роздільно оформленість. Дієслова *to be*, *to do* позбавляються опорних сем, позначають ознаки семантичної пустоти.

Було виявлено, що так звані «пусті» слова використовуються певним чином для підсилення емоційної функції речення, а то і тексту в цілому.

Наук керівник – Курило Г.В., ст. викладач

## СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ МОВНИХ ОДИНИЦЬ

Чемерис Н.О., студ. ПР-61

Прослідковано диференціацію лексичних одиниць залежно від соціального середовища мовців, сфери їхньої діяльності та впливу навколишнього середовища. Було доведено, що передумови розвитку будь-якого специфічного пласту лексики можуть виникнути у відповідь на потребу нового способу комунікації, нових колоритно-експресивних засобів вираження думок та емоцій.

Було описано кожен соціально зумовлений пласт лексики окремо, проаналізовано алгоритм їх утворення та ступінь розповсюдженості. Це дало змогу порівняти їх та провести певні паралелі між кожним елементом загального словникового складу мови, знайти спільні та відмінні риси їх розвитку і вживання.

Була проаналізована пряма паралель між соціальними умовами проживання, трудовою діяльністю мовців та лексичним наповненням їх мови. Доказом цьому може бути наявність і широке розповсюдження професійної лексики, діалектизмів, арготизмів, жаргонізмів. Ці елементи словникового складу помилково вважати відчуженими, ненормативними стосовно літературної мови, адже вони є своєрідними унікальними елементами кожної мови.

Визначається загальна спрямованість сучасних лінгвістичних досліджень на розгляд мовних одиниць з урахуванням структури людського знання, що вони репрезентують, а також соціальних процесів, які покладені в основу мовної комунікації. Об'єктивний розвиток будь-якої цивілізації викликає зміни в житті і трансформує мовні картини світу, що зумовлює необхідність їх вивчення і порівняння через певний час. Було встановлено, що вживання лексики залежить від соціальної приналежності мовців, умов їхньої професійної діяльності та проживання. Досить чіткою є диференціація мовних одиниць на основі впливу навколишнього середовища, яке відіграє чи не найважливішу роль у зміні вже існуючої лексики та появі нової. Це дає привід аналізувати процес входження нових концептів та номінацій у вживання на різних соціальних рівнях.

Результати дослідження можуть бути використані в нормативних курсах з лексикології, лексикографії, стилістики, теорії мовних картин світу, а також культурології і психології, теорії міжкультурної комунікації.

Науковий керівник - Курило Г.В., ст. викладач

# АКСІОЛОГІЧНА ПРАГМАСЕМАНТИКА АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ

Черток М., студ. ПР-63

Об'єктом дослідження є категорія оцінки в текстах реклами. Предметом дослідження виступають лексичні, синтаксичні, стилістичні, структурно-композиційні й паралінгвістичні засоби вираження оцінки в різних видах англomовної комерційної реклами. Мета дослідження полягає в аналізі різнорівневих прагмарелевантних засобів вираження оцінки в текстах англomовної комерційної реклами. В основі сучасних лінгвістичних досліджень оцінки лежить принцип антропоцентричності, що обумовлює залучення у вивчення оцінки таких факторів, як когнітивна діяльність людини, з одного боку, та вживання мови як засобу здійснення соціальної інтеракції, з іншої. З цього приводу особливий інтерес становить вивчення оцінки в руслі когнітивної парадигми в тексті реклами, чия чітко виражена аксіологічна спрямованість набуває особливу соціальну значимість й виокремлює текст реклами поміж інших текстів масової комунікації.

Завдання даної курсової роботи обумовили вживання таких методів та прийомів лінгвістичного аналізу, як метод повної вибірки, методи дистрибутивного аналізу, контекстуального аналізу, елементи кількісного аналізу. Матеріалом дослідження є тексти англomовної комерційної реклами, що надруковані в таких журналах, як *Cosmopolitan*, *Star Magazine*, *Vogue*.

Актуальність даної роботи обумовлена його орієнтацією на напрямок, що формується в сучасній лінгвістиці – аксіологічну прагмалінгвістику, що передбачає комплексне вивчення оцінки на різних мовних рівнях з урахуванням комунікативних інтенцій адресанта та типізованої прагматичної установки реципієнта під час здійснення триєдиної прагматичної задачі рекламного тексту: 1) залучення уваги потенційного реципієнта; 2) його максимально повне інформування про об'єкт реклами; 3) забезпечення саме позитивної реакції на рекламне повідомлення.

Дослідження оцінки в тексті комерційної реклами показало, що оцінне значення є основним компонентом змісту та слугує вирішальним чинником у здійсненні текстом реклами своєї комунікативно-прагматичної мети; реклама, у свою чергу, сприяє розширенню фонду аксіологічних засобів: нейтральні в оцінному відношенні одиниці здатні набувати позитивний оцінний зміст в рекламному контексті. Оцінка

займає домінуючу позицію в змістовій структурі текстів комерційної реклами і виступає знаряддям реалізації його комунікативно-спонукальної семантики. Саме оцінні судження роблять вирішальний вплив на адресата та покликані спричинити інтерес реципієнта інформації до певного об'єкта реклами.

Суть моделювання вербальної ситуації полягає в тому, щоб "прилаштувати" якості товару під потреби адресата реклами, тобто представити предмет реклами як цінний для адресата й відповідний до його потреб. Це дозволяє створити ілюзію, що в оцінці предмета реклами виражені власні бажання адресата реалізувати ту чи іншу потребу. Передбачувані потреби адресата втілюються в психологічній пресупозиції – умові, що повинна бути задоволена у створюваному тексті реклами для досягнення ним комунікативної цілі. Психологічні пресупозиції співвідносяться з прагмарелевантними оцінними концептами рекламного повідомлення та детермінують його оцінний поняттєвий зміст.

Найбільш продуктивними лексико-граматичними класами слів, що приймають участь у вираженні оцінки в текстах реклами є прикметники, синтаксичними засобами є розповідні двоскладні речення та спонукальні речення. Часто вживаними стилістичними прийомами вираження оцінки є метафора, гіпербола, епітет, алюзія та риторичне питання.

Прагматичні й контекстуальні фактори обумовлюють в текстах комерційної реклами мовні одиниці, оцінні значення котрих є системно-мовними й зафіксованими в словниковій статті і тих, чие оцінне значення приховане за межами їх лексичного значення та є адгерентно-конотативним. Прагматичні й контекстуальні фактори обумовлюють в текстах комерційної реклами мовні одиниці, оцінні значення котрих є системно-мовними й зафіксованими в словниковій статті і тих, чие оцінне значення приховане за межами їх лексичного значення та є адгерентно-конотативним.

Рішення встановленої проблеми буде сприяти більш глибокому розумінню створення комунікативно-ефективного оцінного механізму тексту рекламного повідомлення з урахуванням інтеграції одиниць різноманітних мовних рівнів. Перспективним представляється порівняльно-типологічне дослідження оцінки в текстах реклами мов різних національних систем, зокрема англомовної та україномовної.

Наук. керівник – Чуланова Г.В., *ст. викладач*

## ПРИРОДА КОМУНІКАТИВНОГО МОВЧАННЯ

Шевкунова В. Б., студ. ПР-63

Важко знайти більш складну когнітивно-моторну діяльність, ніж мовлення. Кожна людина має свій стиль говоріння. Хтось володіє мовою вміло та в змозі висловити свої думки соковито, хтось запинається щоразу, і засмічує свою мову конструкціями «отже, розумієте, you know, sort of,», або «еє, ну, ehm, er, mm», що забруднює та спотворює саму ідею мовця, та відлякує слухачів. Але не менш цікавим та специфічним є не саме мовлення, а мовчання людини.

Людина неодмінно звертається до невербальної комунікації, адже потік її мови переривається паузами, членуванням речень та словосполучень. Паузи разом з іншими просодичними засобами беруть участь у передачі синтаксичних і змістових кореляцій, досить часто паузи виступають засобами змісторозрізнення.

Невербаліка здатна витіснити вербальне спілкування. Свідоме мовчання є запланованим засобом спілкування, волюнтативним вчинком. Невербальні засоби комунікації обіймають усмішку, сміх, характер дихання, міміку, дотики, запахи, зміну кольору шкіри, нервозність, жести, паузи, інформації, що поступає різними каналами, також малюнки у текстах, креслення, шрифти, графічні знаки, що є об'єктом вивчення паралінгвістики, теорії мовлення, дискурсу тощо.

Мовчання є комунікативною дією, що має знаковий характер. Мовчання в побутовому розумінні – це знак згоди, напр.: Silence is a sign of consent. Мовчання – це також і знак уваги, ввічливості, поваги, вагання, можливість помилкового тлумачення мовчання як знаку згоди.

Базовими номінаціями силенціального компонента в англomовному художньому дискурсі є лексеми silence, pause. Феномен мовчання – це комунікативний акт, що включає паузу як просодичну складову.

Необхідність правильного інтонаційного членування мовленнєвого тексту, у тому числі засобами паузації, цілком очевидна. Саме паузи дозволяють здійснювати ментальні маніпуляції з потоком інформації.

Наук. керівник - Швачко С. О., д. філол. н., проф.

## СТРУКТУРНО – СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Щечкова К. В., студ. ПР-61,  
Медвідь О. М., к. філол. н., доц.

Реклама – складний вид людської діяльності. Вона формується таким чином, щоб виявляти вплив на підсвідомість людини. У широкому розумінні рекламні тексти в сучасному суспільстві виконують важливу комунікативну функцію. Реклама тісно пов'язана з засобами масової комунікації, які виступають носіями конкретних рекламних текстів. Рекламний текст – фрагмент емоційно –маркованої мовної картини світу, це текст особового мовного оформлення.

Показовими для рекламних текстів є використання експресивних мовних засобів, що створюють яскравий характер тексту; усі складові – товар, словесний текст і візуальне оформлення - згруповані в єдине ціле. Насиченість тексту експресивними мовними засобами, стилістичними фігурами розраховано на емоційне сприйняття.

Рекламні повідомлення зустрічаються всюди: на телебаченні, у газетах, журналах, на радіо та в мережі Інтернет. Саме друкована реклама послужила моделлю для інших видів реклами. Її відмінна риса – знаковість – є основою і для телевізійної реклами та реклами на радіо. Друковані засоби масової інформації більш придатні для довгих і складних повідомлень. Рекламні тексти, зазвичай складаються з 4-5 поширених речень, які є описом особливостей товару, сфери його вживання, умов експлуатації, і деяких основних параметрів. У ефективному рекламному тексті повинні бути присутніми три основні елементи : - заголовок; - текст; - кінцівка.

Заголовок – найважливіша вербальна частина реклами. Рекламний заголовок повинен містити рекламне звернення і головний рекламний аргумент, що згодом розвивається в основному рекламному тексті. Заголовок повинен бути чітким, і простим

Основний текст являє собою перелік переваг, характеристик, аргументів, доказів. Більш логічною послідовністю викладення інформації буде та, яка найбільш наближена покупцем до послідовності вивчення товарів

Висновок – це дуже важливий елемент, такий же , як і заголовок. Він надає рекламі завершений вигляд. Кінцеві строки об'яви нагадують перевернуте введення. Зазвичай висновок складається з двох частин. Перша – це фраза, яка закликає зробити

покупку. Друга частина – повідомляє людині, як саме можна зробити покупку

Використання експресивних засобів у рекламних текстах реалізовує прагматичний ефект впливу на адресата, його поведінку. Широкий спектр засобів оцінки свідчить про те, що рекламний текст не тільки регулює поведінку адресата, але є й самопрезентацією. Функцію щодо привернення уваги у таких текстах виконують ключові слова. Головну роль у оцінюванні виконують слова, виражені різними частинами мови: прикметниками, іменниками, прислівниками, частками, дієсловами.

Найбільш вживаними є прикметники. До прикметників, які можуть використовуватися у рекламних текстах, відносять: *дивовижний, казковий, неймовірний, надзвичайний, присмний*; емоційно – практичні слова, такі як *економічний, недорогий, вигідний*. Такі слова визивають довіру та бажання придбати товар. Завдяки своїй семантиці прикметники задають тональності рекламному повідомленню, надають чітку характеристику об'єкта, виконуючи не тільки інформативну, але й естетичну функцію.

При створенні рекламного тексту автори реклами використовують два прийоми впливу на споживача: прийом навіювання і прийом створення позитивного прагматичного фону. Основна частина товарів, які рекламуються, як правило демонструються на фоні красивих жінок, сильних чоловіків, дітей, щасливих сімей та улюблених домашніх тваринах. Дуже важливу роль при створенні рекламного тексту грають реквізити.

Рекламні реквізити – це довідкова інформація, яку розміщують у рекламному тексті, яка слугує для первинної мети – налагодженню прямого контакту між споживачем рекламної інформації та виробником. Реквізити повідомляють багато про джерело інформації: адресу, телефон, електронну пошту.

Дуже важливу роль у рекламному повідомленні виконує колір. Головними функціями кольору у рекламі – є привернути увагу, забезпечення реалістичного зображення, настрою, фірмового стилю і образу.

Оскільки реклама розрахована на певну аудиторію, гендерна характеристика, тобто стать споживача, є визначаючим фактор при створенні рекламного повідомлення. Оскільки рекламу розраховано на певну аудиторію, гендерна характеристика, тобто стать майбутнього покупця, визначаючий фактор при створенні рекламного тексту.



## КОМП'ЮТЕРНИЙ ЖАРГОН ВАСПЕКТИ ГЕНДЕР ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Яременко Ю., студ. ПР-61,

Герман М.В., викл.к. герм. філол.

Мова як засіб спілкування має яскраво виражений соціальний характер, де суспільні функції активно впливають на її структуру і багато в чому визначають її розвиток. У цьому плані комунікативний статус і сутність мови комп'ютерників складає теоретичний і практичний інтерес.

Щоб розглянути комп'ютерну комунікацію з погляду лінгвістики, необхідно встановлюється місце комп'ютерного дискурсу в комунікативному середовищі, виявити провідні ознаки комп'ютерної комунікації, головні типи комп'ютерного спілкування.

Етимологія слова сленг невідома. Вперше термін був зафіксований у 1750 році зі значенням «мова вулиці». На сьогодні у словниках зустрічається як мінімум два основних тлумачення слова сленг. По-перше, особливе мовлення підгруп або субкультур суспільства, і, по-друге, лексика широкого вжитку для неформального спілкування.

Комп'ютерний сленг - це окрема мова, яка може розвиватися, як інші мови. Її теж потрібно поважати і вдосконалювати. Вивчаючи цей сленг, ми всебічно розвиваємося і можемо спілкуватися в сучасному Інтернеті.

Комп'ютерний жаргон — це віртуозна гра для людей, яким тісно в межах нормованої літературної мови. Та будь-які нововведення все одно відбуваються в середині системи мови і за законами цієї мови.

Існує ціла низка причин виникнення жаргонної лексики. По-перше, це збільшення обсягів сленгової лексики є стрімкий розвиток комп'ютерних технологій, коли кожне нове явище в цій галузі має отримувати своє словесне позначення, тому що альтернативи просто немає. За наявності концепта та референта, відсутнім є мовний знак – слово, що належить до кодифікованої системи мови. Проте існує декілька варіантів жаргонізму. Саме за допомогою жаргонної номінації відповідна реалія усвідомлюється носієм мови. Наприклад, *браузер, ноутбук*. По-друге, багато з наявних професійних термінів надто громіздкі та незручні для повсякденного вживання. Виникає тенденція до скорочення, спрощення слів.

Зазвичай жаргон має обмежену сферу поширення. Однак, сфера використання комп'ютерного жаргону охоплює як людей, які професійно працюють з комп'ютером, так і простих користувачів. Отже вона є досить широкою. Тому можна виділити кілька функцій жаргону, залежно від того, хто ним користується: 1) засіб самовираження учасників комунікації,

яких зближує спільна справа; 2) вільне спілкуватись фахівців і користувачів різного рівня.

Комп'ютерний жаргон - це мова переважно «чоловіча». Він був створений чоловіками для спілкування між собою як корпоративний діалект, і в цей час ця підмова використовується, видозмінюється й удосконалюється в основному чоловіками - програмістами, творцями електронних бібліотек і авторами добутоків інтернет-літератури.

За даними гендер-лінгвістичних досліджень у більшості випадків чоловіки, порівняно з жінками, краще знають і частіше вживають жаргонізми. У своєму мовному поведженні жінки, у принципі, більше чоловіків прагнуть орієнтуватися на норму, на стандартне використання мовних засобів. У чоловічому ж мовному поведженні переважає прагнення до вільного або нетривіального підходу до мови. У комп'ютерному жаргоні, що виконує, як і будь-який інший сленг або корпоративний діалект, «функцію вічно рухливих щупалець мови» іде постійний пошук, по суті спостерігається свідоме прагнення до ризикованої мовної гри або свідомому маніпулюванню мовою, в основі якого лежить десакралізація друкованого слова.

На відміну від англійської мови, де іменники-неістоти належать переважно до середнього орду, в українській мові слово «комп'ютер» граматично відноситься до чоловічого роду, народжує в українського користувача комп'ютера ряд асоціативних зв'язків, що дозволяє побачити в даному предметі якийсь чоловічий початок і співвіднести даний предмет з живою істотою чоловічої статі.

Український комп'ютерний жаргон, похідний від комп'ютерних термінів і жаргонних слів англійської мови, характеризується великою розмаїтістю форм, розвиненими синонімічними і словотворчими рядами, незрівнянно більш високою емоційно експресивним забарвленням, ніж англійський. При цьому основна маса слів містить жартівливо-іронічну, негативну оцінку. В англійському комп'ютерному жаргоні переважає метафоричний і метонімічний перенос, не пов'язаний, як правило, із словотворчими діями, а сама виразність слів значно нижча.

Вивчення комп'ютерного дискурсу тільки починається. Його перспективи вбачаються в освітленні специфіки інших жанрів даного типу спілкування, у вивченні експансії двох найважливіших типів дискурсу – масово-інформаційного і повсякденного – у всі інші сфери спілкування, у встановленні експресивних характеристик комп'ютерного дискурсу, в освітленні міжкультурних особливостей використання англійської мови як засобу міжнародного спілкування у віртуальному просторі.

## ЗАСОБИ ПЕРЕДАЧІ НЕВПЕВНЕНОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Якубович А.В., студ. 4 курсу гр. ПР-63

Чернюк Н.І., канд. філ. наук, доцент

Невпевненість визначається як комунікативна стратегія, що вербалізується за допомогою мовних сигналів – хеджів і спрямована на модифікацію іллокутивної сили чи пропозиційного змісту висловлювання.

Як комунікативне явище, невпевненість (хеджинг) отримувала фрагментарне висвітлення у працях представників таких напрямків, як логічна семантика, лінгвопрагматика, соціопрагматика, аналіз дискурсу, теорія мовленнєвих актів, етнопрагматика, соціолінгвістика, а також лінгводидактика. Проте, комплексного аналізу когнітивно-прагматичних, соціопрагматичних і етнокультурних характеристик комунікативної стратегії невпевненості в англійському діалогічному дискурсі ще не було здійснено.

Звернення до комплексного підходу було зумовлено необхідністю системного дослідження комунікативної стратегії невпевненості в сучасному англійському дискурсі.

Невпевненість є поліфункціональною комунікативною стратегією мовленнєвої поведінки представників англійських соціумів, що вербалізується через мовні сигнали (хеджи) і спрямована на модифікацію іллокутивної сили або пропозиційного змісту.

Невпевненість виступає як глобальна чи локальна мовленнєва стратегія. Як глобальна стратегія, вона репрезентована двома когнітивно-прагматичними підсистемами: референціальною невпевненістю, що модифікує пропозиційний зміст висловлювання і регулюється принципом кооперації, та афективною невпевненістю, що модифікує іллокутивну силу висловлювання, регулюючись принципом ввічливості. Як локальна стратегія, невпевненість представлена субстратегіями в межах кожної з даних підсистем. Для референціальної невпевненості це стратегічні «хезитації», «некатегоричність», «некомпетентність». Для афективної невпевненості це стратегічне «непряме мовлення», «некатегоричність», «хезитації», «ухилення від прямої відповіді», «самоприпущення», «песимізм», «некомпетентність», «недомовки», «гіпотетичність».

Як мовленнєва стратегія, невпевненість вербалізується лексичними, лексико-граматичними, синтаксичними і фонетичними

хеджами. Когнітивно-прагматична категоризація референціальної невпевненості здійснюється згідно з орієнтаційним, когнітивним і темпоральним критеріями. У відповідності до орієнтаційних критеріїв виділяються апроксимативна (орієнтація на пропозицію), превентивна (орієнтація на продуцента) і зближуюча (орієнтація на реципієнта) невпевненість. За когнітивним критерієм дані різновиди є компонентами фреймів: «ЗНАЮ, АЛЕ СУМНІВАЮСЯ» і «НЕ ЗНАЮ». За темпоральним критерієм зазначені різновиди класифікуються згідно з їх темпоральною референцією. Вони кількісно переважають у контексті минулого і теперішнього часів. Класифікуючись згідно з їх темпоральною референцією, зазначені різновиди кількісно переважають у контекстах минулого і теперішнього часів. Апроксимативна, превентивна і «зближуюча» невпевненість у переважній більшості випадків модифікують МА-констативи (твердження мовленнєвого акту).

Категоризація афективної невпевненості здійснюється згідно з принципом ввічливості. Вона представлена «негативно-» і «позитивно-ввічливим» хеджингами, що реалізують низки специфічних прагматичних функцій. Домінуючий «негативно-ввічливий» хеджинг переважно модифікує МА-директиви (МА-запити) і МА-констативи (МА-твердження) і здебільшого орієнтований на реципієнта, «позитивно-ввічливий» хеджинг модифікує МА-квеситиви (МА-запитання) з орієнтацією на продуцента.

Соціальне варіювання афективної невпевненості регулюється певними закономірностями. За горизонтальним соціальним варіюванням «негативно-ввічлива» невпевненість переважно використовується співрозмовниками-друзями та відображає англоамериканську традицію дотримання дистанції у спілкуванні. «Позитивно-ввічлива» невпевненість домінує у мовленні близьких і зумовлена пріоритетністю відносин солідарності для комунікантів даної категорії. За вертикальним соціальним варіюванням афективна невпевненість домінує в асиметричних комунікативних ситуаціях і переважає в мовленні нерівних за соціальним та владним статусом співрозмовників. З точки зору вертикальних вимірів варіювання невпевненості переважна роль належить фактору влади. Вплив фактора статусу комуніканта є опосередкованим. Референціальна й «негативно- ввічлива» невпевненість переважають в мовленні комунікантів-чоловіків, а «позитивно-ввічлива» невпевненість рівномірно розподілена у мовленні як чоловіків, так і жінок.

## СИЛЕНЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ У МУЗИЦІ

Буката М., студ. ПР-51  
«*Music and silence combine strongly  
because music is done with silence,  
and silence is full of music.*»  
Marcel Marceau

У статті розглядаються аспекти вербалізації музичного твору в художньому дискурсі. Об'єктом дослідження є пауза, предметом – її статус у музичному творі. Актуальність теми зумовлена спрямованістю сучасної лінгвістики на вивчення інтеграції вербальних і невербальних засобів комунікації, а також малодослідженістю заявленої проблеми.

Мовчання – це перерив у вербальній поведінці, субститут просодичних, паузальних компонентів, що позначається графічними знаками, прямими та дескриптивними вербалізаторами. Силенціальний ефект обіймає індивідуально-комунікативний характер, корелює з емоційним та ментальним станом людини, її статусом.

В англомовному художньому дискурсі на позначення силенціального ефекту вживаються такі метазнаки: *silence, pause, stop, hesitation, stillness, quietness*. Наприклад, *For a brief second there was a pause, silence; Edgar was silent*. Домінантним вербалізатором семи мовчання є метазнак *silence*, який в українській мові має два відповідники: *мовчання та тиша*.

Мовчання – внутрішньо динамічний процес, який тяжіє до переходу в інші якості: звук-дія або тиша-спокій. Мовчанню як мовленнєвій категорії притаманні риси процесуальності та результативності. На відміну від тиші, в основі мовчання лежить безліч першопричин: мовчання як відмова від слова, як своєрідний протест або фізичний стан.

Виокремлюється два види мовчання:

1. *homo silence* (людське мовчання). Наратор розповідає про персонажів, які у своїй мовленнєвій поведінці використовують силенціальні компоненти у першофункції: *Silence. I don't know what to say*.

2. *nature silence* (мовчання природи): мовчання природи та артефактів. Воно має персоніфікований та метафоричний характер, образне уподібнення: *The boy, the mother, the quiet hush of branches, swayed by a sweet wind that swept over the stillness and the screams; Planets don't*

*talk, or only to self-styled astrologers.* Артефакт – будь-який об'єкт, створений або модифікований людьми. До артефактів можна віднести й усі види мистецтва, зокрема, музику.

З акустичної точки зору мовлення складається з відрізків звучання та пауз. З усіх видів мистецтв музика є найближчою до мовлення (у порівнянні з живописом, скульптурою, архітектурою). Звуки в музиці – мовлення, паузи – мовчання. В англійській мові на позначення музичної паузи вживається метазнак *rest*. «Duration of silence is notated by using a symbol called a rest. Rests are pauses».

Сталої точки зору щодо того, що є первинним – звук чи тиша – немає. Але з упевненістю можна сказати, що вони є взаємозалежними. Неможливо уявити існування одного без іншого. У книзі «Музыка – общение – судьбы» Г.Фрід наводить приклад виконання твору Джона Кейджа «4'33». Його суть полягала в тому, що піаніст сідає за рояль і 4 хвилини 33 секунди сидить у абсолютному мовчанні, дивлячись на клавіатуру. На думку автора, у даному творі домінантним є сприйняття тиші та очікування аудиторії. Проте критики не визнали цей твір музичним, адже в його основі не було звукової складової.

Тиша – це те, що було до, після й під час звучання. Початок і закінчення музичного твору на *Pianissimo* створює враження, що музика звучала ще до того, як музикант почав грати й ще довго продовжує лунати після того, як слухач зафіксував останній акорд музичного твору. В англійськомовному художньому дискурсі часто опис починається з тихих мотивів або здалеку й поступово набирає звучності: *Halfway around the pagoda, he stopped to rest in the shade, and was wiping his face with his handkerchief when the faint chime of music caught his attention. At first he couldn't tell where it came from, the notes reflecting off the corridors of shrines and mixing with the chants. He followed a small path behind a vast platform where a monk led a group in prayer, hypnotic words he would later learn were not Burmese but Pali. The music became louder. Beneath the hanging branches of a banyan tree, he saw the musicians.*

Музика й мовлення мають цілу низку адгерентних категорій, гідних наукового пошуку, серед яких чільне місце посідає силенціальний ефект.

Наук. керівник - Кобяков О.О., аспірант

## ИМПЛИЦИТНЫЙ СЧЕТ

Харченко О., студ. ПР-52

Имплицитность представляет собой недосказанность, отсутствие элемента в тексте, которое можно предположить из контекста.

Философия на этот предмет находится приблизительно в одинаковом положении с математикой. Отличие в том, что она оцепеневаает не перед внезапно облекающимися в абстрактные пропорции безмолвными числами, а перед их действительной природой. Тысячелетиями остаётся необъяснённой познавательная и практическая эффективность казалось бы всецело условных математических операций над числовыми консорциумами. Эти номинальные упражнения выступают для философского ума как самое впечатляющее присутствие чуда. Которое странным образом не обрушивает законы природы, а фундирует их, стихийно возникая прямо из произвольных актов рационального мышления.

В принципе, уже этого факта достаточно, чтобы радикально отрицать понимание числового строя, как экстенсивной (пользуясь выражением Гегеля – «равнодушной») рядоположности единиц. Индивидуация числа, как бога (Прокл), несравненно превосходнее таких интеллектуальных водружений. Число должно быть взято, как промечивание порождающего начала. Не лишь количественная реплика качества, а энергия его бытийного развёртывания и модуль восприятия. Проще говоря, число есть сознательная скрепа души (энергии переживания) и тела (наличного бытия). Это – непризрачная оправданность бытия. В числах есть складки – и числа есть складки *par excellence*.

С этой точки зрения философия чисел должна обратиться к категориальной интерпретации кардинальных числовых феноменов, математических констант.

Из этой имплицитной негативности философски легко выводимо, например, (1) такое экспериментально наблюдаемое, но математически исключительно трудно доказуемое, свойство числа «ПИ», как равная репрезентированность разных цифр и последовательностей цифр в его числовом представлении, или (2) появление «ПИ» в вероятностных задачах (схема бросания иглы Бюффона) – постольку, поскольку вероятность есть не что иное, как лишь поверхностное, несобственное, восприятие составляющих бытия (веро-ятность, как фиктивное самодовление изъяна веры).

Очень часто бывает необходимо или по крайней мере удобно такое языковое выражение, в котором несколько предметов или лиц объединяются в единство высшего порядка. Следует различать несколько способов, при помощи которых можно достигнуть такого объединения.

Во-первых, форма множественного числа может быть употреблена сама по себе. В английском языке это делается с большой легкостью, неизвестной ни в каком другом языке: для этого достаточно поставить неопределенный артикль или другое местоимение в единственном числе перед сочетанием слов, имеющих форму множественного числа: ср. *that delightful three weeks* „эти восхитительные три недели“, *another five pounds* „еще пять фунтов“, *a second United States* „вторые Соединенные Штаты“, *every three days* „каждые три дня“, *a Zoological Gardens* „зоологический сад“ и т. п. Без сомнения, возможность подобных конструкций обеспечивается главным образом тем, что предшествующее прилагательное не содержит в себе указания ни на множественное, ни на единственное число; сочетание типа *that delightful three weeks* было бы несовместимо с нормами языка, в котором *delightful* имело бы отчетливую форму единственного или множественного числа. Но в английском языке форму без флексии можно легко сочетать как с формой множественного числа *that*, так и с формой множественного числа *three weeks*.

Во-вторых, объединения множественности можно достигнуть путем образования особого существительного в единственном числе. Так, в греческом от *deka* „десять“ мы находим существительное *dekas* „десяток“, лат. *decas*, откуда англ. *decade* „десятилетие“; во французском языке сюда относятся слова на *-aine*: *une douzaine, vingtaine, trentaine* и т. д.; первое из них проникло в ряд других языков: *dozen, Dutzend, dusin*. Греческому *dekas* в германских языках соответствовало существительное (гот. *tigus*), входящее, как известно, в состав сложных слов — англ. *twenty* „двадцать“, *thirty* „тридцать“ и т. п., нем. *zwanzig, dreißig* и т. д. Таким образом, первоначально это были существительные, хотя теперь они стали прилагательными. Лат. *centum, mille*, англ. (герм.) *hundred* „сто“, *thousand* „тысяча“ были также существительными подобного рода, о чем еще сейчас напоминают случаи типа франц. *deux cents* и употребление *a* и *one*: *a hundred* „сто“, *one thousand* „одна тысяча“; ср. также *a million* „миллион“, *a billion* „миллиард“. Любопытным типом наполовину опрошенных сложных слов являются лат. *biduum, triduum, biennium, triennium*, обозначающие периоды времени в два или три дня или года.

Наук. керівник – Швачко С.О., д.філол.н., проф.



## СЕКЦІЯ «ГЕРМАНСЬКА ФІЛОЛОГІЯ»

### ГРАФІЧНА НЕВЕРБАЛІКА

Кобяков О.О., *аспірант*

Мовчання зазвичай позначається трьома крапкам та тире – знаками, що імплікують психічний стан мовця. Графічним знакам як специфічним метаодинацям притаманні процеси термінологізації та детермінологізації Універсальним для пунктуаційних знаків сучасної англійської мови є їх поліаспектність та поліфункціональність. У своїй еволюції графічні знаки реалізують послідовно граматикалізовану та семантичну функції. Характерним є вживання пунктуаційних знаків для позначення семантичних девіацій.

Не всі графічні знаки актуалізують семантичну функцію, але всім притаманне синтаксичне паузальне навантаження. Під терміном графіка мовчання ми розуміємо пласт пунктуаційних знаків, які в умовах релевантних ситуацій корелюють із силенціальним ефектом та візуально його екстреріоризують. В англійському художньому дискурсі феномен мовчання позначають такі семантизовані знаки, як: тире, три крапки, редульковані знаки оклику та питання сумісно з трьома крапками.

Лінгвісти виокремлюють дві основні функції пунктуаційних знаків: граматико-синтаксичну та експресивну. Позиція графічних знаків залежить від характеру членування висловлювань. У середині речення вживається кома, крапка з комою, тире, дві крапки, три крапки. Парні графічні знаки (кома, тире, лапки, дужки) співвідносяться із різними блоками. У кінці речення вживається крапка, знак оклику або питання. Тире та три крапки можуть бути граматикалізованими при позначенні просодичних паузацій та семантизованими при кореляції із силенціальним ефектом. Поліфункціональні знаки пунктуації мають знакову природу, що дозволяє представляти семіотичний код адекватно та валідно. Силенціальний ефект позначається в англійському художньому дискурсі за допомогою пунктуаційних знаків графіки мовчання.

На письмі в англійському художньому дискурсі силенціальний ефект передається здебільш трьома крапками та тире, які вказують на емоційно-психологічний стан комуніканта та актуалізацію вторинної, деривативної функції графічних знаків. Ядро пунктуаційної системи англійської мови складають графічні знаки, що поділяються на розділові знаки типу крапки або крапки з комою та на

такі відділяючі знаки, як подвійні знаки (дужки або лапки). Пунктуаційні знаки відмежовуються від засобів параграфеміки та діакритичних знаків написанням, символами та комбінаційними можливостями.

Розглядати графіку мовчання доцільно у домені розділових знаків, беручи до уваги спеціальне значення пунктуації, та віддаючи належну роль допоміжним засобам (параграфеміці) при членуванні текстового простору на глави, параграфи, абзаци, при селекції стилістичних прийомів та графічних позначеннях на полях сторінки, оскільки графіка мовчання не є граматикалізованим феноменом.

Мовчання має свою систему графічної невербаліки: тире, три крапки, знак оклику та три крапки, знак питання та три крапки. За формою такий графічний знак як тире, що позначає мовчання, є семантизованим знаком, але при зміні ситуації відбувається своєрідна міграція знаку. Так, подвійне тире, яке слугує для уточнення або роз'яснення, потрапляє до сфери граматикалізованих знаків. Граматикалізовані знаки поділяють речення та фрази на письмі, графіку мовчання представляють семантизовані знаки позначення силенціального компонента комунікації.

Графічні знаки вбирають в себе риси цілих епох, можуть приймати різну форму, змінювати своє значення та запозичуватися – так само, як і лексичні одиниці. З плином часу знаки змінюють функції, відбувається перегрупування знаків; один і той же знак може входити в більш, ніж одне угруповання. Знаки пунктуації, членуючи текстові блоки на складові, імплікують авторський емоційний стан, підтекст, ритміку мовлення. Омонімія графічних знаків є очевидною з огляду на однакову представленість вихідних та похідних форм, з одного боку, та первинних і вторинних функцій, з іншого. Вторинні функції позначаються невербальними та вербальними екстеріоризаторами силенціального ефекту.

Невеликий за обсягом корпус графічних знаків позначений потенційною адаптивною силою, що проявляється у феномені їх поліфункціональності, наявності семантичних та синтаксичних функцій, які реалізуються як порізно, так і сумісно. Для графічних знаків базовою функцією є членування синтагм. Семантична функція графічних знаків екстеріоризує емоційний стан мовця. Вторинна функція графічних знаків експлікується у текстах за допомогою релевантних до ситуації номінацій.

Експлікація знаків мовчання як екстеріоризаторів силенціального ефекту детермінується тенденціями лінгвістичної науки, преференціями вчених, іманентністю мовної системи та еволюційними процесами самих метазнаків.

## АНАЛІТИЧНІ ФОРМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Антипіна О.В., студ. ПР-61

Було дано визначення явища аналітичних форм, та проаналізовано їх існування у граматиці англійської та німецької мови та виявлено особливості аналітичних конструкцій речень у досліджуваних мовах.

Було встановлено, що аналітичні форми використовуються для вираження деяких видо-часових зв'язків, утворення ступенів порівняння прикметників; відмінкові зв'язки досліджуваних мов як правило передаються позицією слів в реченні та прийменниковими конструкціями. Мовам, яким є властиві аналітичні форми, притаманний фіксований порядок слів. До аналітичних слід відносити такі мови, у яких граматичні відношення виражаються за допомогою службових слів, порядку слів, інтонації тощо, а не за допомогою форм словозміни, як у синтетичних мовах.

Аналітичні форми часто функціонують паралельно з синтетичними формами, утворюючи еквівалентні граматичні форми. Відтак, існуючи поряд із синтетичними, являють собою певну конструкцію, яка складається із допоміжного і повнозначного слова чи словосполучень, що виражають граматичні форми. Особливістю аналітичних мов є особлива форма вираження зв'язків між самостійними словами, а саме за допомогою службових частин мови та порядку слів.

Результати дослідження довели, що чисто аналітичних мов, як і чисто синтетичних, практично немає, а отже, кожна із досліджуваних мов мала особливості як аналітичної граматичної будови, так і синтетичної. Беручи до уваги історичні аспекти англійської та німецької мови, було виявлено, що синтетична побудова мов історично передувала аналітичній, а отже, остання з'явилася на базі синтетичної, замінюючи в своєму історичному розвитку флексійні словоформи їх більш простими аналітичними відповідниками.

Сучасні тенденції розвитку лінгвістики з її підвищеним інтересом до дослідження граматичних явищ взагалі підводять такого висновку, що оскільки граматичні процеси в їх повній мірі ще не було досліджено, то науковці ще не раз звертатимуться до цієї теми, досліджуючи її більш детально з урахуванням нових фактів і співставлення їх вже існуючим.

Наук. керівник - Курило Г.В., ст. викладач

## ЕЛІПТИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ, ЇХ ОСОБЛИВОСТІ ТА СИНТАКСИЧНІ ФУНКЦІЇ НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Пирог І.М., студ. ПР-53

У ХХІ сторіччі, в процесі комунікації спостерігається тенденція щодо «спрощення мови», яка й надалі отримує визнання у багатьох країнах світу, тому еліптичні конструкції як один із прикладів мовної економії на синтаксичному рівні, що полягає у відсутності зайвих членів речення, виведених із ситуації - носить актуальній характер у сучасних умовах публіцистики, надаючи тексту динамізм і виразність.

Еліптичні речення досить активно використовуються в мові публіцистики й представлені тут різними синтаксичними формами. Їхнє витлумачення завжди спиралося не тільки на лінгвістичні, а й на певні психологічні засади, оскільки тенденція до увиразнення, урізноманітнення газетного мовлення зумовлена потребою зацікавити читача, зробити повідомлення актуальним для нього, вплинути на його почуття, викликати потрібні асоціації.

Еліптичними конструкціями називаються самостійно вживані речення особливого типу, специфіка структури яких полягає у відсутності дієслівного присудка, що не згадується в контексті, тобто який в змістовому відношенні, не є необхідним для передачі даного повідомлення.

Так як мова по своїй сутності – явище соціальне й завжди реалізується в певних комунікативних ситуаціях і соціальних контекстах, то необхідність обмежити обсяг текстів практично доцільними межами, дало поштовх до створення класифікації еліптичних конструкцій або еліпсиса, а саме: синтаксичні, семантичні, контекстуальні, ситуативні, валентні.

Бархударов виділяє класифікацію еліптичних конструкцій на підставі способу експлікації слова, представленого нульовим варіантом (синтагматично-відтворювана та парадигматично-відтворювана еліптична конструкція). Під "експлікацією" або "заповненням" мається на увазі перетворення, зворотнє значення еліпсису ("стирання"), а саме, заміна нульового варіанта того або іншого слова, експліцитно вираженим варіантом.

Усі види реалізації еліптичних конструкцій у діалогічних текстах співвідносяться з характером імпліцитної інформації й породжуються потребами мовної комунікації.

Сферою вживання еліптичних конструкцій в публіцистичному жанрі є найтиповіша форма діалогу (питання-відповідь) та заголовки.

При перекладі еліптичних конструкцій в репліках діалогу частина речення як правило опускається, тому що або вона вже відома з попередньої репліки, що належить співрозмовнику; або в тому випадку, коли вона є не істотно важливою і речення можна легко опустити. Це залежить від виду еліптичних конструкцій, оскільки вони будуються з метою більшої компресії вислову, стислості й компактності фрази, отже, економії мовних засобів.

При перекладі заголовків, залишаються тільки ті члени речення, які є цільовими в даному висловлюванні, всі інші логічно відновлюються текстом, мовною ситуацією, що позбавляють необхідності називати всі елементи граматичної структури. Газетні заголовки, що мають таку будову, передають думку в максимально стислій формі. Розвиток подібних структур, викликаний потребою створення максимального ефекту у залученні уваги читача.

Речення - заголовки часто будуються на базі сполучення тільки форм непрямих відмінків. Така тенденція, що тяжіє до економії засобів вираження, в заголовках сприяє акумуляції думки. Однак при надмірному захопленні подібними конструкціями виникає небезпека негативного стилістичного ефекту.

У неповних реченнях-заголовках відсутність одного або декількох членів структури еліпсису в більшості випадків є синтаксичною нормою, що створює стилістичне й експресивне забарвлення речень-заголовків. Цікаво, що серед речень-заголовків формуються специфічні структури, які, прийнятні тільки в сфері назв і неможливі в самому тексті статті чи то замітки.

У газетних текстах найчастішим явищем є еліпсис присудка, що спостерігається переважно у реченнях інформативного характеру (короткі замітки-повідомлення про новини політичного, культурного життя, спортивні новини, прогноз погоди, рекламні оголошення).

Щодо методичного підходу до викладення даного матеріалу студентам, фаховий напрям яких – вивчення іноземних мов; слід зазначити, що матеріал на тему «переклад еліптичних конструкцій на матеріалі німецької мови, а саме публіцистичного стилю» слід давати на зрілих етапах вивчення іноземної мови, оскільки він спрямований на застосування аналітичного підходу, тобто уміння аналізувати даний матеріал, робити стислий переклад але в той час, він має бути інформативним та динамічним.

Наук. кер. – Чепелюк А.Д., *ст. викл.*

## СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ ЛЕКСИКИ З ПОЗНАЧЕННЯМ КОЛЬОРУ ТА ЙОГО ВИРАЖЕННЯ У ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Бацман О.О., студ. ПР-61,  
Чернюк Н.І., к.філол.н., доц.

Соціокультурний компонент характеризується національно культурними особливостями сприйняття кольору певного народу і його відображенням у мові. Питання детального вивчення соціокультурного аспекту фразеологічних одиниць з позначенням кольору представляє значний інтерес для лінгвістики, що диктується сучасними умовами глобалізації і тісними міжкультурними контактами націй. Знання соціокультурного компоненту кольору сприятимуть адекватному взаєморозумінню у дискурсах представників різних національних культур.

Значення колороніма може по-різному впливати на загальне значення фразеологічної одиниці. Оскільки деактуалізація слова у складі ФО безпосередньо пов'язана з переосмисленням значення самого виразу, фразеологізми, до складу яких входить назва кольору, доцільно класифікувати за типами переосмислення. Можна виділити фразеологізми-порівняння, фразеологізми-метафори, фразеологізми-метонімії. До найважливіших типів переосмислення О.В.Кунін відносить також евфемізм. Але, посилаючись на стилістичний розподіл тропів, вважається за доцільне розглядати евфемізми та перифрази в межах метонімії.

Символічне значення кольору пояснюється низкою причин, серед яких виділяються історичні. Історико-етимологічний коментар дав змогу стверджувати, що в момент утворення ФО колоронім входить до її складу у своєму первинному значенні (*black books, blue stocking, white elephant, red tape*) або, рідше, набуває такого семантичного відтінку, який приписують значенню самого кольору (*a black sheep*).

Колороніми у складі ФО залежно від типу переосмислення мають різний ступінь деактуалізації: у порівняльних та метонімічних зворотах денотативні значення цих лексем здебільшого зберігаються (*as black as night, as green as grass, as white as snow; black coat, the green cloth*); у складі фразеологізмів-метафор семантика колоронімів виражена імпліцитно, що зумовлено ступенем переосмислення даних

фразем. Тому зазначені лексеми можуть вживатися як у прямому, так і переносному значенні (*the black dog, a black sheep, white feather*).

Будучи компонентом ФО, колоронім може виконувати наступні функції: номінативну, смислоутворюючу, смислорозрізнявальну, атрибутивну.

Певний відсоток становлять фразеологізми, до складу яких лексеми на позначення кольору увійшли в прямому значенні. В деяких інших випадках психологічне тлумачення кольору було основним при утворенні значення фразеологізму.

У сфері системних зв'язків семантичні можливості колоронімів виявляються найбільш виразно. При утворенні фразеологічних варіантів і синонімів лексеми на позначення кольору можуть взаємозамінятися в певному фразеологічному контексті, виступаючи, таким чином, як синоніми (*black shirt – brown shirt*). Більшість варіантів та синонімів виникають при заміні лексеми, що не позначає колір, колоронім же залишається сталим компонентом (*black art – black magic*). Серед антонімічних пар є такі, до складу яких входять контрастно зіставлені лексеми (*black lie – white lie*). Однак більш вживані у структурі ФО контекстуально антонімічні колороніми. Поза фраземою в антонімічні зв'язки вони не вступають (*black-letter day – red letter day*).

Вживання назв кольорів у складі полісемічних (*black eye – 1) підбите око; 2) поразка, відсіч, провал*), омонімічних та паронімічних ФО дає підстави стверджувати, що дані лексеми, як компоненти фразеологічних висловів, створюють основу для метафоричного перенесення семантики і є смислоутворюючими елементами. У випадку з полісемічними ФО перенесене значення в більшості випадків набуває саме колоронім. Завдяки назві кольору, що входить до складу ФО, виникають нові значення, які обов'язково семантично пов'язані між собою (*black eye – 1) підбите око; 2) поразка, відсіч, провал*).

Випадок, коли значення фразеологізму несумісні, можна вважати фразеологічною омонімією. Фраземи-пароніми також зустрічаються серед ФО, в яких одним з компонентів є колоронім. Паронімами є вирази *the blue devil* (злий дух-спокусник) та *the blue devils* (смуток, нудьга). В першому випадку смисловий акцент робиться на лексемі *devil*, а в другому – саме колоронім *blue* є смислоутворювальною лексемою.

Існує група фразеологізмів з колоронімами, які є фраземами-дериватами і можуть вживатися як самостійні звороти, так і у складі ФО, які їх породили (*the black dog – the black dog is on one's back, red herring – to draw a red herring across the path*).

## АНГЛОМОВНА РЕКЛАМА У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

Виноградська Ю. О., студ. ПР-62,  
Чуланова Г.В., ст. викладач

Сучасна реклама є невід'ємною ознакою повсякдення та, водночас, частиною культури, оскільки вона активно впливає на формування ціннісно-нормативної системи людини, її поведінку, а також відіграє значну роль у процесах соціокультурної динаміки сучасного суспільства.

З появою нових електронних засобів масової інформації реклама перестає бути видом односторонньої комунікації, в якій адресат є пасивним учасником комунікативного акту. Всесвітня мережа Інтернет, об'єднавши технологічні можливості інших засобів масової інформації, сприяла перетворенню реклами на двосторонній вид комунікації, а адресата – на активного учасника рекламного процесу.

Реклама – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку.

Віртуальна реклама (в іншій термінології – комп'ютеризована, комп'ютерна, електронна, Інтернет-реклама) – складний комунікативний процес передачі рекламної інформації електронним шляхом за допомогою текстових та графічних повідомлень. Найпопулярнішим різновидом віртуальної реклами є банерна реклама, яка здійснюється засобами статичних чи динамічних графічних або текстових рекламних блоків – банерів.

Двосторонність комунікації пояснюється інтерактивністю банерної реклами – можливістю встановлення контакту з адресатом рекламного повідомлення, його невербальна реакція (активізація рекламного банера), двосторонній обмін інформацією між користувачем та рекламодавцем. Своєю інтерактивністю банерна реклама завдячує гіпертекстовому формату рекламного носія.

Інтерактивність можна ретельно розглянути на основі лексико-стилістичних та невербальних складових віртуальної реклами. До лексико-стилістичних складових відносять компресію, різнорівневі повтори, а також дейктичні знаки. До невербальних складових відносять ергономічні характеристики, анімацію, кольорову палітру та графічні елементи.

Таким чином, як усі інші види реклами віртуальна реклама покликана інформувати, переконувати, спонукати до дій, формувати смаки, стиль життя тощо.



## ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКОЇ МЕТАФОРИ НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ АНГЛІЙСЬКОГО АВТОРА ОСКАРА УАЙЛЬДА

Виходець К.В., студ. ПР-61

Метафора у п'єсах відомого англійського автора Оскара Уайльда посідає значне місце. Для збагачення мови та надання їй емоційного забарвлення О. Уайльд використовував безліч експресивних засобів, серед яких метафора вирізнялась багатством форм. Метафори, запропоновані автором, підлягають видам та функціям сучасних лінгвістів, які визначали вплив метафори на розвиток мови та поповнення словників, а також подані саме ті класифікації, яким підлягають метафори О. Уайльда.

Були виділені наступні види метафор: істинна та стерта метафора, що класифікується за рівнем очікуваності. Представлена класифікація належить Арутюновій Н.Д.. Істинна метафора – це метафора, що є абсолютно неочікувана:

'She is a work of art.'

Стерта метафора – метафора, що використовується кожного дня, і деякі зафіксовані в словниках:

'My father really died of a broken heart'

Проста метафора – виражена одним образом, але не обов'язково одним словом:

'You know you are standing at the edge of a precipice.'

Розгорнута, або розширена, метафора складається з декількох метафорично вжитих слів, що створюють єдиний образ:

'Optimism begins in a broad grin, and Pessimism ends with blue spectacles. And women represent the irritation. Politics are my only pleasure.'

Серед існуючих функцій, що виконує метафора, виділяють дві основні: характеристика і номінація індивідів і класів об'єктів. Вони чітко представлені в субстантивній метафорі. У першому випадку іменник займає місце предиката. Вихідною для метафори є функція характеристики. Займаючи позицію предиката, метафора поступово втрачає предметне значення і разом з тим більшу частину, що входить до її семантичних компонентів.

Наук. керівник – Рева Н.С., викл.

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТВОРІВ ДЖАНЕТ ІВАНОВИЧ

Возна Д.В., студ. ПР-61,  
Приходько Н.А., викладач

Детективний жанр належить до того роду літератури, котрий тривалий час залишався без уваги серйозної критики. Як це часто трапляється, сама тільки незвичайна загальнодоступність та популярність творів цього жанру викликала сумніви в їх художній цінності.

Написання детектива це дуже довга і кропітка робота, що вимагає не аби якої працездатності та фантазії. Одних лише знань про головних та другорядних героїв не достатньо, щоб створити шедевр, здатний справити враження на при вередливих та досвідчених сучасних читачів. Але багатьом авторам все ж таки вдається зацікавити та привернути увагу до своїх творів.

Детектив — це переважно літературний або кінематографічний жанр, твори якого описують процес розслідування загадкової події з метою з'ясування обставин і розкриття таємниці. Зазвичай, в якості такої події виступає злочин, і детектив описує його розслідування і викриття винних, в такому випадку конфлікт будується на зіткненні справедливості і беззаконня, який закінчується перемогою справедливості.

Основною ознакою детектива як жанру є наявність у творі якоїсь загадкової події, обставини якої невідомі і мають бути з'ясовані.

Найчастіше описувана подія — це злочин, хоча існують детективи, в яких розслідують події що не є злочинними.

Сьогодні під назвою «детектив» об'єднуються книги, що не мають між собою нічого спільного і розраховані на читачів з дуже різними літературними запитам.

Існування такого багатозначного та невизначеного терміна, яким є сьогоденний «детектив без берегів», імовірно вигідний видавництвам та торгівлі, але читач залишається при цьому без яких-небудь орієнтирів і йому залишається покладатися на випадок.

# МЕТАФОРА В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ У СВІТЛІ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Заскока В., студ. ПР-62,  
Баранова С.В., к.філол.н., доц.

Одним із основних напрямів у вивченні метафори наприкінці ХХ - початку ХХІ століть є когнітивний. Когнітивісти вважають, що цей стилістичний засіб займає в когнітивній моделі мови центральне місце. Креативність метафори і її когнітивний потенціал розуміються і оцінюються дослідниками по-різному: одними вона приймається як інструмент пізнання, інші заперечують її як мовний знак, що володіє осмисленою семантикою. Основи для вивчення метафори як когнітивного засобу були закладені ще Аристотелем, який першим поставив питання про її евристичні можливості.

На думку когнітивістів, усі значення (лексичні, словотвірні, граматичні) пов'язані між собою метафоричними перенесеннями. У кожній метафорі є донорська і реципієнтна зони. Донорська зона завжди конкретна й антропоцентрична: для її породження широко використовується людина, зокрема її тіло (*ручка, ніжка, горло, вушко, ніс, око (очко), чоло* тощо), місцезнаходження у просторі та рух (укр. *він у жаху, його охопив жах*; engl. *he is fit to be tied; he flies into a passion*).

У когнітивній семантиці метафора стала робочим інструментом, методом опису полісемії, її типів, способів переходу від одного значення до іншого. Більше того, за допомогою метафори відтворюється історія значень, причини і послідовність їх появи, тобто досліджується діяхронічна семантика. Це є ще одним свідченням того, що когнітивна лінгвістика повертається до історико-філологічних, доструктуралістських традицій. Когнітивісти вважають, що діяхронічний опис є дуже важливим для інтерпретації полісемії в синхронії. Вони принципово не диференціюють закони історичного розвитку мови і їх синхронної будови. В залежності від особливостей семантики, як правило, розрізняють два типи метафор - мовні та мовленнєві. Мовленнєві метафори походять з конкретного тексту і завжди пов'язані з ним. Метафори служать для структурування навколишньої дійсності й керують інтелектуальною діяльністю людини та її вчинками. Водночас метафора є знаряддям формування нових ментальних категорій, утворення нових концептуальних систем, формування нового знання.

## РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПУ ВВІЧЛИВОСТІ В ХУДОЖНЬОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Більченко Т., студ. ПР-63

Дослідженню принципів ввічливості на прикладі художнього англomовного дискурсу присвячено багато праць. Стратегії позитивної ввічливості слугують встановленню спільності інтересів комунікантів для полегшення взаємодії, підкреслюють його кооперований характер, сприяють його зміцненню – виступають як засіб свідомого стимулювання спілкування.

В останні роки в світовій лінгвістиці приділяється чимало уваги актуальній проблемі мовленнєвого етикету. Позитивна ввічливість спрямована на зменшення комунікативної дистанції, на усунення інтерперсональних меж, на співробітництво, взаєморозуміння, на бажання бути поміченим, зрозумілим та почутим.

Ввічлива мова – це мова успішна для адресанта й ефективна для адресата. Цілеспрямовано будувати спілкування, створювати усні та письмові тексти, які максимально точно й повно досягають бажаного ефекту – у цьому і полягає зміст комунікативних правил. Вищий рівень мовленнєвої культури вимагає оволодіння не тільки грамотною, але й культурною мовою, яка враховує у спілкуванні з комунікативним партнером його соціальні та особистісні характеристики, а також ситуацію та мету взаємодії.

Сучасна англійська мова рясніє утвореннями варіюючого ступеня стійкості, що спеціалізуються на вираженні різноманітних комунікативних значень. Традиційна англійська стриманість має відношення до емоційної комунікації, але не до емотивної. Комунікативна емотивність як цілеспрямована демонстрація позитивних емоцій, навпаки, є однією з домінантних рис англійської комунікативної поведінки, однією із стратегій англійської ввічливості. Існує багато способів того, як мовленнєвими засобами скоротити дистанцію між партнерами по комунікації. Серед них стратегія уваги до слухача, його інтересів, бажань, потреб, стратегія перебільшення (зацікавленості, схвалення, симпатії до співрозмовника), стратегія комунікативних подарунків, стратегія комунікативного оптимізму, стратегія гармонізації (підтримка загальної точки зору, думки, відношення, знання, емпатії).

Наук. керівник - Баранова С.В., к. філол. н., доц.

## МОДЕЛЮВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ВТОРИННИХ ТЕКСТІВ: ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ

Бугрик Є., студ. ПР-63,  
Швачко С.О., д.філол.н., проф.

Каламбур – стилістичний зворот вимови, заснований на комічному використанні різних значень однакових слів або слів, що подібно звучать (графічно оформлених), а також на різних значеннях однієї й тієї ж із названих одиниць. Результатом такого використання є семантично багатопланові тексти, що відрізняються гумористичною або сатиричною спрямованістю.

Основна стилістична мета каламбуру – комічний або сатиричний ефект тексту. Каламбур – це гра слів, що побудована на зіткненні звичного звучання з незвичним і несподіваним значенням.

Елементом, що забезпечує каламбуру успіх, є непередбачуваність, ефект несподіванки..

Сутність каламбуру полягає в сутичці або, навпаки, у несподіваному об'єднанні двох несумісних значень в одній фонетичній (графічній) формі. Основними елементами каламбуру є, з одного боку, однакове або близьке звучання (у тому числі й у звуковій формі багатозначного слова в його різних значеннях), з іншого боку – невідповідність значень слів, компонентів фразеологічної єдності.

*1. Начальник наказав критикувати себе, як завгодно. Але як йому завгодно, не сказав.*

*2. Суддя. Яка у вас професія?*

*Засуджений. Я соліст.*

*Суддя. А де співаєте?*

*Засуджений. Я не співаю, я солю капусту, огірки, помідори.*

Каламбур – це дотеп, що виникає на базі використання власне мовних засобів. Слово володіє великою кількістю комедійно-виражальних можливостей. Різний зміст слів, однакових за звучанням, дозволяє комедійно зблизити і співставити зміст понять, що виражаються цими словами близькість слів містить багаті можливості для комедійної обробки життєвого матеріалу.

Каламбур, будучи органічно пов'язаним із природою та національною специфікою певної мови, складає багато труднощів при перекладі на іншу мову. Людині, яка не знає мови оригінала, для того щоб відчувати всю “комедійну насолоду” і дотепність каламбуру, необхідний не лише дослівний переклад, але й спеціальні коментарі.

## СЕМАНТИЧНА ДЕВІАЦІЯ АНГЛІЙСЬКИХ ЧИСЛІВНИКІВ: АСПЕКТИ СПУСТОШЕНИХ СЛІВ

Горенко В.М., студ. ПР-61,  
Швачко С.О., д. філол. н., проф.

"Пустими" числівники стають не відразу, до цього вони проходять етап семантизації понять "багато, мало". При повній десемантизації числівники номінують якісні ознаки. Наступним кроком до "семантичної пустоти" є використання числівників як орнаментальних одиниць, актуалізаторів ритму та рими, що спостерігається у лічилках, дитячих віршиках та скоромовках. "Пусті" числівники замінюються іншими словами, що оберігають римовану поверхневу структуру тексту. Замінники використовуються і за межами англійського дискурсу. Щоб стати «спустошеним», числівник проходить сім етапів своєї еволюції, так званих «чудес» свого розвитку.

«Перше чудо» числівників асоціюється з висхідними витоками, етимологією, їх предметністю. Другим етапом еволюції числівників можна вважати їх втрату предметного значення та набуття семи визначеної кількості. «Третім чудом» числівників є їх приблизність. Поняття приблизної кількості корелює з невизначеною множинністю та величиною. Наступний етап функціонування числівників – це середовище фразеологічного дискурсу. Фразеологічні одиниці з числівником – це вторинні похідні комплекси. У них віддзеркалюється еволюція становлення числівників – від назв предметів до позначення кількісних, а потім – якісних ознак і предметів. Числівникам у цьому дискурсі притаманна усталеність, окрема оформленість і семантична цілісність. Вони належать до гетерогенних полілексемних одиниць з відповідною структурою та семантикою. У фразеологічному контексті числівники семантизують невизначену кількість. В умовах фразеологічного контексту зазначений компонент десемантизується, втрачає кількісне значення. Фразеологічні одиниці реалізують квалітативні та предметні значення. Саме у фразеологічному контексті числівники універсально проявляють тенденцію позначати невизначену кількість. Епідигматика числівників, що є «п'ятим чудом» об'єктивується існуючою парадигмою денумеративів, утворених за моделями макросистеми та детермінованих дискурсивними чинниками. Основа числівника має потенційні можливості проявляти себе у сполучувальній

комбінаториці, у внутрішньословесних зв'язках. Числівники реалізують при цьому квантитативні та нумеративні значення, використовуються в епідигматичній парадигмі. Поліаспектність числівників перегукується з їх поліфункціональністю – квантитативною, нумеративною, когнітивною, аксіологічною, символічною, лінгвокреативною, текстотвірною функціями. Поліфункціональність числівників є дискурсивно орієнтованою і це є «шостим чудом» їх еволюції. Номінативна функція числівників полягає в позначенні результатів пізнання. В когнітивній функції віддзеркалюється складний шлях осмислення категорії кількості (від предметного значення до абстрактного). Прагматична функція числівників реалізується у фразеологічному контексті, в їх емоційно-експресивному навантаженні. Словотворча функція числівників об'єктивується існуючою парадигмою денумеративів, утворених за моделями макросистеми, детермінованих дискурсивними чинниками. Нумеративна функція числівників реалізується в точних дискурсах, математичних та інших текстах, в яких номінуються процеси над числами, а не предметами. Словотворча валентність числівників віддзеркалюється в основних моделях, діючих в сучасній англійській мові. Динамізм числівників підтверджується їх словотворчою активністю, можливістю заповнювати семантичний простір англійської мови та дискурсивно детермінуватися, що є прозорим у процесі лексикалізації, появи інновацій. На синтагматичному рівні вони позначені поліфункціональністю та семантичною девіацією. У текстовому оточенні числівники, як і інші слова, модифікуються, змінюються і при цьому номінують як точні, так і неточні (приблизні, невизначені) ознаки. На синтагматичній осі числівники позначені біфункціональністю – реалізацією квантитативної та нумеральної функцій. Числівники підпорядковані функціональній переорієнтації; десемантизація проявляється у вживанні їх як складових компонентів нумеральних онімів. Як бачимо, семантична девіація числівників свідчить про еволюцію цих номінацій, їх синкретичність та динамізм.

Орнаментальні числівники, таким чином, заповнюють лакуни поверхневих структур, є фаворитами фразеологічних одиниць. Універсальною для числівників є тенденція до десемантизації, втрати квантитативності, до їх збагачення квалітативними, предметними та нульовими семами. Виразниками квантитативних значень можуть бути лексеми, позбавлені квантитативних сем. Числівники "під натиском" дискурсу модифікуються, набирають рис ірреальності та неочікуваності. При цьому числівники використовують креативні резерви мови, її динамізм та адаптивність.

## ESTUARY — ЯК ОСТАННІЙ СТАНДАРТ АНГЛІЙСЬКОЇ ВИМОВИ

Коваленко Ю. С., студ. гр. ПР-63

Характер загальноприйнятої вимови не однаковий на різних етапах історичного розвитку, і може характеризуватися деякими фонологічними особливостями в певні моменти свого розвитку. На початку 1990-х років в багатьох газетах з'явилися статті про зміну акцентів і зміну ставлення до акцентів: англійська Estuary, Cockney, професійна англійська мова. Всі ці акценти були використані, щоб описати їх відмінність від стандартної вимови. Перший з цих нових акцентів, і, безумовно, найбільш плідний — це англійська Estuary, який до кінці 90-х був прийнятий більшістю лінгвістів як реальний варіант. Таким чином, англійська Estuary була у центрі уваги досліджень деяких видатних сучасних фонетистів і провідних мовних шкіл світу.

Так як англійська Estuary знаходиться між загальноприйнятою вимовою та Cockney і має риси обох акцентів, люди намагаються виокремити очевидні риси Cockney і класифікувати англійську Estuary, як різновид Cockney. Звичайно, людина, яка має у своїй вимові всі особливості Cockney, описані вище, у їх сильному прояві може бути представником Cockney. Але той, хто має деякі з особливостей і в меншій мірі, швидше за все, буде представником англійської Estuary. Звичайно, можна почути всі ці особливості вимови також за межами Лондона і ці люди не будуть себе відносити до представників Cockney.

Термін “англійська Estuary” був запроваджений в 1980-х роках, щоб показати як особливості лондонської вимови поширюються по всій території графств та вздовж р. Темза (особливо в Ессексі та Кенті). Це щось на зразок неправильної вимови, вплив якої був помітний певний час по ту сторону гирла р. Темза, в основному в трикутнику Оксфорд-Кембрідж-Лондон і на територіях на південь та на схід від Лондона далі вздовж узбережжя.

Сучасні фонетисти вважають, що проблема розмаїття діалектів являється однією з провідних у фонетиці. Завдяки швидкому поширенню англійської мови у світі виникає необхідність взяти до уваги регіональні зміни в вимові, бо загальна природа мови неоднорідна на сьогодні. Велика кількість інноваційних особливостей



англійської мови мають тенденцію до набуття лінгвістичного статусу в системі мови.

Звісно, англійську Estuary можна розглядати, як найбільш сильний та впливовий діалект на Британських островах сьогодні і цей факт доведений лінгвістичним характером даного діалекту. Він досить відрізняється від існуючих регіональних діалектів, але більш стабільний та має перспективи для подальшого розвитку і становлення завдяки своїм артикуляційним та фонологічним особливостям. Англійська Estuary представлена широким колом людей, навіть якщо їх вимова більше наближена до вимовної норми англійської мови, ніж до Cockney. На практиці майже неможливо знайти яку-небудь професію, в якій англійська Estuary не представлена. Тому можна поставити під сумнів стереотип, що представниками англійської Estuary є виключно робочий клас і неосвічені люди.

Англійська Estuary та вимовна норма англійської мови мають багато відмінних рис, але зазвичай саме ці риси англійської Estuary роблять її схожою на Cockney: риси, які відносять англійську Estuary саме до південно-східного акценту (на відміну від стандартної вимови, яка не має територіальної приналежності в Англії). Але ці особливості поширюються географічно та соціально, а тому втрачають свою територіальну приналежність і тому твердження, що англійська Estuary — це “завтрішня вимовна норма англійської мови” в певній мірі правдиве.

У сучасному світі, коли процес глобалізації і створення міжкультурних відносин знаходиться в самому розпалі, сучасні проблеми дослідження норми англійської вимови набувають особливої актуальності. Таким чином, дане дослідження сприятиме подальшому детальному вивченню інноваційних особливостей англійської Estuary.

Отже, англійська Estuary — це нова назва, але не нове явище. Це продовження тенденції, яка відбувається вже 500 років чи більше, тенденції до географічного та соціального поширення особливостей популярної лондонської вимови.

Розпад англійської класової системи та більша соціальна мобільність сьогодні в Британії означає, що дана тенденція стала більш помітною ніж коли-небудь. Англійська Estuary — це в першу чергу акцент, але він має деякі інші особливості, крім вимови, на які варто звернути увагу

Наук. керівник — Бондаренко Ю. С., викладач

## ФЕНОМЕН КОНКРЕТИЗАЦІЇ ТА АБСТРАГУВАННЯ В СФЕРІ ІМЕННИКА В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Лущикова Ю. О., студ. ПР-63

Діалектика конкретного і абстрактного визначає складність обмеження конкретного і абстрактного слова. В лінгвістиці відсутній єдиний критерій протиставлення абстрактного і конкретного іменника. Найбільш відомим є трактування абстрактного як понятійного, розумового у протилежність конкретному як чуттєвому, наочному.

Згідно лінгвістичному енциклопедичному словнику з точки зору плану змісту в лексиці виділяють абстрактні слова, тобто слова з узагальненим значенням, і конкретні слова, тобто слова з предметним матеріальним значенням.

У філософії і логіці існує декілька позицій, з яких прийнято трактувати абстрактне і конкретне. З одного боку, категорія абстрактного розглядається як розумовий образ, який породжується на основі відчуттів, сприймань і уявлень, а категорія конкретного розуміється як матеріальний, чуттєво сприйманий предмет, численність предметів, які є первинними по відношенню до нашого мислення, свідомості.

З іншого боку, абстрактне може розумітися як загальне, а конкретне – як часткове. Третя позиція заключається у виділенні в філософії ступенів відхилення, де найнижча ступінь відповідає конкретності, а вища – абстрактності.

Логіко-філософське розуміння абстрактного і конкретного не тотожне їх лінгвістичному розумінню. Специфіка інтерпретації даних понять в лінгвістиці полягає у визнанні значної частки їх умовності. Оскільки тільки деякі сутності постають виключно як речі, остільки поділ іменників на абстрактні і конкретні достатньо умовний.

Не існує чітких меж між абстрактною і конкретною лексикою. Нерідко один і той же іменник може бути і конкретним, і абстрактним, особливо при переносному вживанні.

Антиномія «абстрактне – конкретне» відноситься до числа важко зрозумілих, інтерпретуючих, а тому неоднозначних. Складність осягнення дихотомії абстрактне – конкретне детермінує множинність дефініцій абстрактного імені.

Наук. керівник – Чернюк Н. І., к.філол.н., доц.

## СЕМАНТИЧНЕ БУТТЯ АНГЛІЙСЬКОГО ДЕНУМЕРАТИВА *BETWEEN*

Малютіна Ю., студ. ПР-52

Лексичні засоби вираження кількості охоплюють дименціональні та числові компоненти. Сему кількості реалізують числівники (*one, twenty, million*), денумеративи (*only, between, teenager*), лічильні слова (*couple, dozen*), і мезуративи (*mile, ton*).

Об'єктом даного дослідження виступають англійські денумеративи; предметом - семантичне буття денумератива *between*.

Походження денумератива *between* від числівника *two* визначає парадигму його значень у домені службових слів. Пор.: I lost my keys somewhere *between* the car and the house; I'm usually free *between* 5 and 7; My job is *between* a typist and a personal assistant. Дані приклади демонструють використання *between* на позначення проміжної ланки.

Слово *among* утворює зі словом *between* опозицію, оскільки співвідноситься з множиною більше двох одиниць. Хоча в деяких випадках денумератив *between* може співвідноситися і з більшою кількістю актантів, зберігаючи при цьому своє вихідне значення. Пор.: *between* you and me and the bed-post; France is situated *between* Spain in the south and Belgium and Germany in the north. Дані приклади свідчать про часткове спустошення числівника *two*.

Структурні і семантичні зв'язки компонентів денумеративів характеризуються формальною та семантичною компресіями. Семантична єдність композитів є похідною. Композити характеризуються чіткою або завуальованою мотивацією, напр.: *a-go-betweenner*. Складні утворення є похідними від синтаксичних одиниць, вони зазнали універбалізації, згортання компонентів у цільну одиницю.

Семантична комбінаторика денумеральних утворень ґрунтується на відповідності компонентів, напр.: *between-maid* "a sort of cook and room-maid".

В умовах фразеологічного контексту квантитативний компонент десемантизується, а фразеологічна одиниця з квантитативним компонентом реалізує квалітативні та предметні значення (*between two days* - "вночі").

Наук. керівник – Швачко С.О., д.філол.н., проф.

## ШЛЯХИ ПОПОВНЕННЯ СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.

Меншун Ю. О., студ. ПР-63

У дослідженні процесів збагачення словникового складу важливим складником є поняття «неологізм» (інновація). Виникає потреба уточнення цього поняття. Визначення неологізмів як слів або зворотів, що створені для позначення нового (раніше невідомого) предмета або для вираження нового поняття, не можна вважати вичерпним, оскільки таке визначення характеризує далеко не всі різновиди інновацій.

Під неологізмами англійської мови варто розуміти слова й словосполучення, які носії літературної мови окремого національного варіанта сприймають як нові (за формою або змістом). Неологізми можуть бути розділені на: лексичні (нові слова); фразеологічні (нові стійкі словосполучення), семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або нові семантичні варіанти стійких словосполучень).

Інноваційні процеси в словниковому складі англійської мови в їхній кореляції з мікросоціальними явищами – чинниками, що найбільшою мірою впливають на ці процеси свідчать, що процес оновлення розглядають у парадигмі соціофункціональних класів нової лексики і фразеології, що співвідносяться з відповідними сферами суспільного життя англословного суспільства.

Закріплюються в мові насамперед ті одиниці, що передають поняття, пов'язані з важливими проблемами сучасності. Дослідження інновацій англійської мови свідчить, що часта їхня інтеграція в лексико-семантичну систему залежить від безпосереднього зв'язку з актуальними суспільними рухами, зумовлюється висуванням на перший план певних соціальних груп, особливо тих, в яких народжуються нові слова і словосполучення.

Ознаками входження неологізмів у мову варто вважати їхню «рекурентність», здатність відтворення поза первісним контекстом, участь у семантичних і словотворчих процесах.

Англійська мова не могла не відреагувати на зміни в суспільному житті носіїв, викликаних новими реаліями ХХІ сторіччя, подіями глобального масштабу.

Лексична система англійської мови є гнучкою і спроможною до адаптації в умовах постійного виникнення нових понять.

Наук. керівник – Таценко Н. В., ст. викладач

## ЛІНГВОКОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОГО КОМЕРЦІЙНОГО КОНТРАКТУ

Сінявіна Д.Є., студ. ПР-63

*Ділова комунікація* - це процес обміну інформацією згідно законів жанру у сфері усного чи писемного спілкування, підпорядкований прагманастанові на переконання та залучення до співробітництва. Вивчення комерційної інформації, оформлення комерційних запитів, процес переговорів, етапи якого проводяться діловим листуванням, телефонне обговорення питань, що виникають під час підготовки комерційного контракту, - все це складає процес ділової комунікації, критерієм успіху якої можна назвати укладення контракту.

Функціонування інтерактивної моделі ділової комунікації зумовлене послідовністю текстових повідомлень адресатові, завдяки яким формування писемного ділового дискурсу комерційного контракту відбувається в декілька етапів. На початковому етапі з'являється *первинний варіант комерційного контракту*. Його відмінна особливість - схематичність, часткова відсутність основних даних, що надають тексту комерційний контракт юридичної сили офіційно-ділового документу.

На наступному етапі формується *чернетка комерційного контракту*.

Цей варіант належить до текстів змішаного типу. Структурно в ньому присутні всі розділи комерційного контракту, але вони можуть бути не повними. Чернетка контракту поєднує риси тексту, що моделюється, з таким, що не моделюється. Характерна особливість такого тексту - залежність його змісту від того, що висловлено під час переговорів.

Після внесення всіх змін, пропозицій і доповнень, висловлених на підготовчому етапі, з'являється *остаточний текст комерційного контракту*, який і є регулятивним документом. *Комерційний контракт* - це текст, що є відповідно оформленим і змістовно завершеним мовленнєвим продуктом, який має комунікативну спрямованість, належить до офіційно-ділового дискурсу та характеризується рисами, що властиві цьому дискурсу, - точністю, лаконічністю, стандартизованістю, об'єктивністю викладення інформації.

Наук. керівник – Таценко Н.В., ст. викладач

## ТЕРИТОРІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ АНГЛОМОВНИХ ОДИНИЦЬ

Тернова О., студ. ПР-63,  
Косенко Ю. В., к. філол. н.

Усередині британської англійської мови виділяються три мовні типи: консервативна англійська (conservative – мова королівської родини і парламенту), прийнятий стандарт (received pronunciation – мова ЗМІ), просунута англійська (advanced english – мова молоді). Англійська мова є полінаціональною: британський варіант поклав початок американському варіанту, а також австралійському та південноафриканському. І тепер, у 21 столітті, ми маємо справу з нігерійським, індійським і сінгапурським варіантами.

Нині особливе поширення отримав американський варіант англійської мови у низці сфер життя та банківській діяльності людини – в області матеріальної культури, економіки та фінансів, освіти та здоров'я та багатьох інших галузях – американський варіант все більше поширюється в усьому світі і має тенденцію до витіснення бритаїцизмів.

Зараз уже можна говорити про появу і закріплення якоїсь усередненої універсальної англійської, що увібрала у себе особливості різних мов. Це і є мова міжнародного спілкування. Вона легша для розуміння і зручніша. Американська граMATика проти британської помітно спрощена. Американську англійську можна назвати «недбалою» мовою. Британський варіант є більш скрупульозний. У ньому існує безліч інтонаційних моделей, на відміну від американського, де є практично одна: рівна шкала і спадний тон.

На часі зростає зацікавленість як учнів так і студентів до американського варіанту англійської мови. Тому перекладач з англійської мови на шляху до успішної роботи повинен бути компетентний у питаннях різниці між американським і британським варіантами мови.

Усим вищевикладеним пояснюється актуальність нашої роботи.

Перспективним вважаємо дослідження різниці між британським та американським варіантами англійської мови через актуальність тенденції до спрощення британської англійської мови та поширення географії використання американського варіанта англійської мови.

## АНГЛІЙСЬКІ ФОРМУЛИ-РЕАКЦІЇ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ДІАЛОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Терещенко А., студ. гр. ПР-61,  
Бондаренко Ю. С., викладач

У діалогічному спілкуванні англійської мови необхідно приділити особливу увагу формулам-реакціям, що є невід'ємною частиною природної усної комунікації. Під формулами-реакціями мається на увазі численний і різний за структурою клас «готових» одиниць англійської мови типу "What a pity", "Suit yourself", "Never mind", "Not at all", "Certainly", що використовуються в діалозі як стандартні репліки на певний вербальний стимул-реакцію співбесідника. Досліджувані формули-реакції відносяться до одиниць предикативного рівня, проте, на відміну від вільно конструйованих пропозицій англійської мови, вони типово мають не лише синтагму підмета і присудка ("It's a pleasure", "You must be joking"), але і характеризуються іншими видами синтагм: "Good idea", "Fair enough", а також можуть не мати синтагми взагалі, як в разі формул "exactly", "definitely" або "absolutely".

Основною відмінною рисою даного класу «готових» одиниць, що цілком визначають його специфіку, безумовно, є наявність фіксованої інтеракціональної функції, внаслідок чого вони можуть вживатися в діалозі виключно в реактивній позиції для вираження або згоди, або незгоди ("No problem").

Стосовно ілокутивних функцій, їх набір також чітко регламентований для кожної одиниці. З цієї точки зору можна виділити моно- і поліфункціональні формули-реакції. На відміну від перших, другі (наприклад, "Of course") здатні виконувати цілий ряд ілокутивних функцій, що дозволяє їм поєднуватися з ініціативними мовними актами різного типу. Монофункціональним формулам властива лише одна певна ілокутивна функція, внаслідок чого їх дискурсний діапазон надзвичайно вузький. Наприклад, формули "Help yourself" і "Make yourself at home" здатні функціонувати виключно як дозвіл, у зв'язку з чим в дискурсі вони прагматично узгоджуються з одним єдиним ініціативним мовним актом - проханням, причому "Help yourself" - лише з проханням про предмет, "Make yourself at home" - лише з проханням про дозвіл. Дещо ширше дискурсний діапазон формули "Be my guest", що може вживатися як реакція як на той, так і на інший інтенціональний варіант прохання:

Ex.1

- *"Can I borrow that new CD of yours?"*
- *"Help yourself./ Be my guest."*

Ex.2

- *"May I take my shoes off?"*
- *"Make yourself at home./ Be my guest."*

Таким чином, володіння формулами-реакціями перш за все передбачає знання особливостей їх прагматичної сполучуваності, що дозволяє реагуючому співбесіднику органічно включати дані одиниці в інтеракціональну структуру діалогічного дискурсу, не порушуючи його зв'язності. Для носіїв англійської мови вказаний аспект вживання «готових» реакцій не представляє труднощі - дані формули використовуються ними в діалозі через звичку. Для іноземців, що вивчають англійську мову, прагматичні обмеження у дискурсному функціонуванні даних одиниць зовсім не є очевидними, що служить причиною помилок, що часто допускаються.

Формули-реакції характеризуються широкою ситуативною варіативною. Тоді як деякі з них відносно нейтральні, то інші або допустимі лише в певному ситуативному контексті, або взагалі недопустимі в рамках кооперативного, ввічливого спілкування. До останніх, поза сумнівом, відносяться такі реакції як *"Mind your own business"* або *"You should be so lucky"*, що звучать грубо, навіть за умови близьких, неформальних стосунків між співбесідниками. Досить низьким рівнем кооперативності відрізняються формули *"Suit yourself"*, *"Who cares?"*, *"I can't be bothered"*. На протилежному «кінці» шкали кооперативності знаходяться такі одиниці як *"Please do"* або *"My pleasure"*. Помилковим є вживання формули *"Of course"* для стверджувальної відповіді на двозначне інформаційне питання:

- *"Do many students study English at your school?"*
- *"Of course."*

Слід зазначити, що в цьому випадку когерентність дискурсу зберігається, проте така реакція недоречна, оскільки вона з необхідністю імплікує, що відповідь на поставлене питання очевидна. Вираження подібного відношення до співбесідника в англійській культурі вважається невічливим, у зв'язку з чим соціальні норми унеможливають використання *"Of course"* у приведеному вище контексті. Для короткої відповіді в даній ситуації доречно буде скористатися фразою *"Yes, they do"*.

Можна зробити висновок, що формули-реакції є невід'ємними й загальноновживаними одиницями англійського діалогічного мовлення.



## СУБСТАНТИВАЦІЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Хантіль М.Б., студ. ПР-61

Субстантиваци́я - семантично-синтаксичний перехід певної частини мови в іменник (найчастіше – прикметники та дієприкметники: *друге "я", віруючий, печене й варене*). Субстантиваци́я відрізняється від конверсії, тим що це комплексний тип словотвору, бо не самий прикметник переходить в іменник, а ад'єктивне словосполучення; це процес при якому прикметник втрачає своє значення ознаки предмету і набуває предметного значення, переходячи до класу іменника.

Субстантиваци́я може бути okazіональною та узуальною. При такому розмежуванні субстантивів необхідно брати до уваги як граматичну, так і семантичну структуру субстантиву. В узуальних субстантивах на перший план виступає предметне значення, а у випадках okazіонально субстантивованих одиниць переважає семантика вихідної частини мови. В межах однієї мовної одиниці відбувається поєднання двох категоріальних значень, які стають рівними складовими елементами значення нового слова - субстантиву.

Субстантиваци́я може бути повною та неповною. Повній субстантиваци́ї підлягають числівники та прикметники. Вони позначають предмет, явище, особу. Частково субстантивовані частини мови мають лише одну ознаку іменника.

Субстантивовані прикметники та дієприкметники набувають граматичних ознак іменника: число, рід, відмінок. У реченні вони виконують ті ж самі функції, що й іменник.

Прикметник та іменник тісно пов'язані з поняттями «якість» і «речовина». Кожна речовина або предмет має певні якості, кожна якість притаманна якійсь речовині чи предмету. Неможна, ґрунтуючись на складності якостей або на спеціалізації позначення, в кожному конкретному випадку вирішувати, що перед нами - іменник або прикметник: це можна з'ясувати на основі формальних критеріїв.

Субстантиваци́я стає все більш вживаним способом словотвору, допомагаючи більш експресивно, чітко передати думку, при цьому не вимагаючи вживання великої кількості слів, оскільки субстантивуватися можуть як окремі морфеми слова, або навіть літери, так і цілі речення. Цей особливий вид словотвору все частіше використовується у художній літературі, особливо у розмовному жанрі.

Наук. керівник - Герман М.В., викладач

## ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗІВ У КОНКРЕТНІЙ ПОЕЗІЇ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Якущенко Ю., студ. ПР-61,  
Чепелюк А. Д., ст. викладач

Літературний текст – багатократно закодований, тому розглядати його потрібно на різних рівнях.

Важливо з'ясувати засоби та механізми впливу автора на читача та перцепцію твору читачем, що різні категорії тексту залежать від художнього образу та засобів його формування.

Важливо також розуміти диференціацію художнього тексту на поезію та прозу. Поезія звертається більше до фантазії реципієнта, а проза більше до розуму; в поезії превалює значний елемент зображення за допомогою стилістичних фігур, яких проза не допускає, в прозі превалює логічний зміст.

Художній образ, як категорія художнього тексту, являє собою спосіб конкретно-почуттєвого відтворення дійсності з позицій певного естетичного ідеалу.

До основних функцій образу належать пізнавальна, комунікативна, естетична, виховна. Художні образи – не пасивне узагальнення дійсності, вони мають емоційно-вольові елементи, які дозволяють літературі стати активною силою в суспільстві.

Конкретна поезія – особливий вид художнього поетичного мистецтва, який характеризується великою кількістю імпліцитної інформації, невербальних засобів, а також тим, що особлива роль відводиться читачу. Конкретна поезія – повідомлення, яке має свою власну особливу структуру.

Це самодостатній об'єкт, а не відображення іншого зовнішнього об'єкта або менш чи більш суб'єктивних почуттів. Її матеріал: слово, а саме звук, тон, форма, семантика.

Всі поняття, які розвивалися в площині конкретної поезії, існують в різних варіаціях в цих напрямках. Конкретна поезія має свою інтенційну та візуальну оригінальність, обширний теоретично-ідеологічний підтекст.

Поет має інтенцію змусити читача задуматися над політичною ситуацією та соціальним становищем

Оперуючи засобами мови, слова та букви, поет створює образи. Важливими є значення і досвід формування образу. З цією метою використовується акустичний та візуальний виміри мови, як літературні засоби.

М. Бензе класифікує конкретну поезію відносно їх візуальних та акустичних властивостей. До першої групи належать акустичні тексти, які класифікуються за лінгвістичними критеріями на фонетичні, морфологічно-семантичні, синтаксично-семантичні і лексико-семантичні тексти. Візуальні тексти, де використовується слово, як засіб, щоб створити картину, належать до другої групи.

Варто також згадати "констеляцію" Гомрінгера. Констеляцію краще назвати методом конкретної поезії, зображенням слів, розташованих в певному порядку. Між словами можна знайти певні співвідношення, які базуються тільки на значенні та образі даної поезії.

Вербальні засоби не використовуються в даному випадку, вони основуються на повторенні слів, що дає широку можливість інтерпретації.

Можна помітити типове скорочення мовного матеріалу до мінімуму та плакатну простоту тексту. „wind“ Гомрінгера та „jetzt“ Рюма є прикладами конкретної поезії, що базується на констеляції.

Нове для реципієнта в конкретній поезії полягає в тому, що він має активувати асоціації читання та мовні асоціації. Незвичне завдання нелегко дається читачу, так як значні відмінності між читанням та баченням перевищують загальну основу візуального. Читання значить розшифрування букви і переведення її в поняття. Навпаки, бачення не обмежується знаковими символами

Відповідно до того до якого напрямку належить поезія, використовуються різні засоби побудови образів, а саме вербальні та невербальні.

Серед них найчастіше використовуються такі засоби, як гра зі словами та їх значеннями, особлива візуальна форма, послідовність слів та рядків у вірші, широке використання фонетичних засобів, як наприклад, ономотопії.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ НЕНОРМАТИВНОЇ  
ЛЕКСИКИ ТА СЛЕНГУ

Богданович К., студ. ПР-71

Сленг – це відносно стійкий для певного періоду, широко споживаний, стилістично маркірований (понижений) лексичний пласт (іменники, прикметники і дієслова, що позначають побутові явища, предмети, процеси і ознаки), компонент експресивного просторіччя, що входить в літературну мову, вельми неоднорідну по своїх витоках, ступені наближення до літературного стандарту, що володіє пейоративною експресією.

На сьогоднішній день проблема перекладу ненормативної лексики розглянута досить ретельно, але залишається багато невирішених питань, які потребують більш поглибленого вивчення.

Дослідження такого напрямку почалися ще в I половині ХХ століття В.В. Виноградовим, що зацікавився просторіччями, В.М. Жирмунським та Л.П. Якубинським, які досліджували таке явище як соціальні діалекти.

Починаючи з 90х років ХХ століття все більше стає помітним вплив жаргонної лексики на літературну мову. Г. Менкен, досліджуючи еволюцію сленгу, визначив закономірності, згідно я якими «тривалість життя» одних сленгових одиниць визначається століттями, інші ж «безславно» гинуть, ледь з'явившись на світ.

Актуальність цього питання полягає в тому, що сленг - це повсякденне явище в житті кожної людини. Тому детальне ознайомлення з цією одиницею мови допоможе перекладачу правильно розуміти вихідний текст.

Об'єктом даного дослідження є нелітературна лексика: а саме сленг.

Предметом дослідження даної роботи є способи перекладу англійського та українського сленгу, що часто використовується у всіх сферах людського життя.

При перекладі сленгу та ненормативної лексики перекладачу потрібно:

- визначити, чи є конкретна мовна одиниця сленгом;
- визначити сферу вжитку сленгу, що потребує перекладу;
- обов'язково звертати увагу на контекст, в якому вжито сленг;
- визначити спосіб перекладу сленгу (найчастіше це експлікація-описовий спосіб перекладу);
- вагомими є часові рамки, коли вживається сленг;
- аудиторія, на яку розрахований вихідний текст;
- переклад сленгу або ненормативної лексики з урахуванням цензури;
- використання спеціальних словників для знаходження еквіваленту конкретного сленгу в іншій мові;
- в деяких випадках краще залишати сленг без перекладу, але при цьому, якщо необхідно, при письмовому перекладі потрібно зробити зноску, а при усному перекладі роз'яснити його значення;
- при сприйманні вихідного тексту на слух, для правильного розуміння та перекладу необхідно звертати увагу на інтонацію та емоційне забарвлення.
- застосовувати загальні знання при перекладі;
- постійно збагачувати свої знання.

Треба сказати декілька слів про перспективу вивчення проблеми. Звичайно, зібрати всі сленгові вирази в один словник неможливо, адже з кожним днем їх з'являється все більше і більше. Але ми можемо запам'ятовувати найчастіше вживані слова.

І це є правильним рішенням, адже сленг - невід'ємна складова будь-якої мови, як і літературні слова. Ми вважаємо, що найправильнішим вирішенням цього питання буде прийняття інтернаціональних стандартів та правил перекладу сленгу.

В ході роботи ми визначили, що сленг-це природне явище для кожної мови. Встановили, що є проблема пошуку коректного еквіваленту для сленгу однієї мови в іншій. Для адекватного перекладу жаргонної лексики необхідно враховувати багато аспектів, які зазначені в даному дослідженні. Треба використовувати не лише лінгвістичний підхід для знаходження правильного еквіваленту, але й соціальний.

Тема даної роботи дуже актуальна та цікава, адже має ще багато аспектів для дослідження.

Наук. керівник - Назаренко О. В., викладач

## ЛІНГВО-КОГНІТИВНІ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ ЕВФЕМІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

Голофост В.Г., студ. ПР-51,  
Свирид А.М., викладач

У кожній мові є слова, які інстинктивно замовчуються, тому що вважаються непристойними, грубими, надто різкими, нетактовними чи недоречними. І тому об'єкти чи явища, які вони характеризують, часто описуються не прямо, а за допомогою субститутів, які називаються *евфемізмами*.

Евфемія віддавна привертала увагу вчених як особливий стилістичний троп, що використовується для словесного пом'якшення, або фігура, що полягає у використанні слова не в прямому, а в переносному значенні. Евфемізми почали вивчати з минулого століття.

Евфемізм є наслідком лексичного табу (заборони), який завдяки різного роду упередженням, марновірствам, релігійним віруванням накладається на вживання назв певних предметів і явищ навколишнього світу, внаслідок чого людина вдається до виразів іносказань. Характерно, що нові позначення «непристойних» предметів і явищ з часом втрачають характер евфемізмів, починають сприйматися як пряма вказівка на «непристойний» предмет і в свою чергу стають «непристойними».

Серед груп фразеологічних евфемізмів розрізняють:

1. Назви смерті, вмирання та всього, що з цим пов'язане: *to pass away, to expire, to depart one's life, to join the majority* // *піти з життя, відійти у вічність, піти за вічну межу, почити вічним сном, навіки заснути, упокоїтися*.

2. Розмовні евфемістичні замітники, що називають злочини, людські пороки та їх наслідки, а також явища, про які неприємно згадувати: *to hit the bottle* // *закладати за комір, заглядати у чарку* – замість *пити, бути п'яницею*; *to tell stories* // *вигадувати* – замість *брехати*; *not right in the head* // *несовна розуму* – замість *недоумкуватий*; *loo* // *одне місце* – замість *туалет*.

3. Одиниці, пов'язані з релігійними уявленнями. Це вживання слів *the Lord, the Supreme Being, Heaven, goodness* // *Творець, Спаситель, Небеса* замість *God - Бог*, а також *the Prince of Darkness, the deuce, the Evil One, the dickens, old Nick, old Harry* // *володар тьми, лукавий*,

зрадник, біс, грець, нечиста сила, нечистий, рогатий злий дух, щезник, лихий, той, не при хаті згадуючи замість Devil - чорт.

4. Евфемізми, що називають бідність, скрутне фінансове становище: *be in Queer Street, live from hand to mouth, not to have a shirt to one's back, not (to have) a penny to bless oneself with, without a penny to one's name, keep body and soul together, make (two, both) ends meet* // жити з дня на день, перебиватися, не мати за душею ні копійки, зводити кінці з кінцями, сидіти на бобах, вітер в кишені.

5. Одиниці, що позначають психічні розлади (що призводить до неправоздатності): *be out (take, leave) of one's senses, be off one's nut, go nuts, soft (touched, weak) in the head, a strange bird, a weird (strange) customer, a weird (strange) card (duck)* // бути несповна розуму, без царя в голові, не всі вдома.

6. Евфемізми, які називають деякі стани та дії, що пов'язані зі сферою фізіології: *pay a call, a call of nature, in the straw, in a (the) family way, in nature's grab, not a stitch on, in a state of nature, in one's skin* // сходити до вітру, в чому мати народила.

7. Номінації, що стосуються сексуальної сфери: *a lady of easy virtue, a light (easy) woman, a real battleaxe, a house of ill fame, make love* (у другому значенні) // жінка легкої поведінки, розпусниця, кохатися, займатися коханням.

8. Евфемізми, що позначають вік та інші поняття, пов'язані з цією сферою: *elderly - active-lifestyler, advanced in years, bat, bidy, chronologically-gifted*, // бабуля, дідуля.

Вагома частка евфемістичних субститутів виникла під впливом поширених в англomовному світі феміністичних поглядів. Американські редактори виправляють гендерні форми слів (*gender specific forms*), які мають своєю складовою лексему *man* або суфікси жіночого роду *-ix, -ess, -ette*, на такі, що не містять показників роду. Подібне явище одержало назву інклюзивної мови (*inclusive language*). Це така мова, яка містить в собі поняття та способи номінації представників обох статей, мова, в якій існують засоби позначення не тільки чоловіків, а й жінок. Новітнішою тенденцією сьогодні є перетворення інклюзивної мови на ексклюзивну – тобто таку, що позначає лише жінок. Функціонування інклюзивної та ексклюзивної мови становить досить великий інтерес для дослідження в лексико-семантичному аспекті та для вирішення можливих перекладацьких проблем та питань, що виникають у зв'язку з передачею особливостей англійської інклюзивної мови іншими національними мовами.

## ПЕРЕВОД САЙТОВ: ЖИЗНЕННО ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Лихина А.А., студ. ПР-61,  
Дорда В.А., преподаватель

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации. Основным следствием этого является мировое разделение труда, миграция в масштабах всей планеты капитала, человеческих и производственных ресурсов, стандартизация законодательства, экономических и технологических процессов, а также сближение и слияние культур разных стран.

В последнее время конкуренция за доступ к глобальным источникам и мировым моделям поставок значительно возросла. Новые технологии, такие как Интернет, IP-телефония, спутниковое телевидение и мобильные телефоны объединили людей разных специальностей и культур и побудили их поделиться знаниями, опытом и, конечно же, ведением бизнеса.

Сегодня у большинства компаний есть свой собственный сайт на английском или других языках. Однако следует принять во внимание, что более половины всех пользователей интернета не владеют английским языком и эта доля постоянно увеличивается за счет роста числа пользователей интернета в странах Азии, Африки и Латинской Америки. Поэтому во многих случаях есть смысл делать перевод сайта сразу на несколько языков.

Трудно переоценить значение перевода сайтов на иностранные языки. Несомненно, в настоящее время интернет — наиболее эффективный способ доступа к массовой мировой аудитории с минимальными затратами. Компании, имеющие иноязычные версии веб-сайтов получают возможность выхода на новые рынки. Уже само наличие многоязычного сайта утверждает среди его посетителей образ серьезной и уважающей себя международной компании.

Сайт – это своего рода лицо фирмы, поэтому особенно важно, чтобы перевод был безупречным. Речь идёт не только о грамматических ошибках, но и о необходимости обеспечения соответствия перевода местным культурным требованиям, а также лингвистическим и деловым особенностям целевой аудитории.

Перевод сайтов – настолько специфическая деятельность, что зачастую его выделяют в особый вид переводческих услуг.



Перевод сайта можно разделить на два этапа: профессиональная и грамматическая правка перевода сайта; адаптация навигации сайта, графики, оптимизация сайта и другое.

Создание иноязычной версии сайта не ограничивается только переводом текста. Следует принять во внимание множество других факторов, поэтому при создании иноязычных версий сайта говорят о локализации сайта.

Локализация сайта – комплекс действий по адаптации сайта с учетом всех культурных особенностей, присущих той стране или группе стран, для которых предназначена версия сайта.

При локализации сайта помимо перевода непосредственно текста веб-страниц выполняется перевод других объектов: кнопок, меню, флеш-заставок, а также кода сайта - невидимых пользователю заголовков, мета-тегов и других его участков, имеющих большое значение при продвижении сайта в поисковых системах. Переводчику необходимо не просто перевести страницу (т.е. все видимые ее элементы), но и невидимые метатеги *title*, *keywords*, *description*, а также атрибуты картинок и ссылок *alt*, *title* и т.п.

Поэтому для полноценной локализации веб-сайта, простого перевода текста будет недостаточно. Страницы сайта необходимо будет переверстать, то есть создать новые с использованием переведенного текста, причем переверстать так, чтобы их дизайн не отличался от оригинального дизайна. Иными словами, переведенный сайт ни что не должно отличать от оригинального, кроме языка.

В локализации сайта участвуют не только переводчики, но и дизайнеры-верстальщики и, порой даже программисты.

Перевод и локализация сайта выполняются в несколько этапов:

1. Перевод текста веб-страниц.
2. Перевод модулей.
3. Оптимизация сайта под ключевые слова, типичные для страны языка перевода.
4. Сборка и тестирование.

Переводчик также может выполнить перевод базы данных каталога продукции, руководства пользователя, спецификаций, материалов для прессы, интерфейсов программного обеспечения.

Работа над переводом сайта требует особого терпения и внимания, поскольку необходимо, чтобы перевод не только передавал информацию, но и исполнял ту же функцию, что и оригинал, был хорошо видим для поисковых систем, и был оптимизирован согласно

## ПЕРЕКЛАД ЛАКУНІЗОВАНИХ ЕЛЕМЕНТІВ МОВИ

Лопатіна Н., студ. ПР-52

Будь-яка з існуючих культур повинна мати частину ознак, спільних для всіх локальних культур, а також ряд якостей, що несуть національно-специфічне навантаження. Обов'язкове існування схожості у всіх культурах не виключає існування культурологічної дистанції навіть між дуже схожими культурами. Поява лакунізованих елементів в різних текстах перекладу є невід'ємним фактором нашої дійсності, тому існують різні типи лакун. Лакуна— термін для того, що існує в одній локальній культурі і відсутнє в іншій.

В процесі перекладу лакунізованих елементів (реалій) перекладачі стикаються з рядом проблем, тому виникла необхідність провести або зробити класифікацію цих реалій. Спочатку існував лише предметний поділ національно-маркованих слів на географічні реалії, етнографічні реалії, що в свою чергу поділяються на реалії побуту, праці, мистецтва та культури, етнічні об'єкти; суспільно-політичні реалії (адміністративно-територіальний устрій, органи та носії влади, суспільно-політичне життя, військові реалії).

Ознакою реалій є наявність етнокультурної інформації та певних етнічних стереотипів. Етнокультурна інформація може бути одним з компонентів значення або елементом семантичного фону. Національний одяг, їжа, звичаї та обряди несуть етнокультурну інформацію. Частина реалій даного етносу може співпадати з такими ж реаліями іншого етносу. Проте у процесі життєдіяльності, поряд з первинним призначенням, реалія повсякденного життя набуває для певного етносу більшого конотативного значення і стає для нього носієм певного символічного змісту та набуває специфічно національного значення, яке передається від покоління до покоління, слугує врешті-решт етнічною пам'яттю народу. Регулювання етнокультурної інформації здійснюється через етнічні стереотипи — накопичені у свідомості людей духовні надбання, емоційно забарвлені образи, що передають знання, які поєднують у собі елементи опису, оцінки, створюючи стандартний образ світу певного народу, своєрідний етнокультурний образ світу.

Дещо пізніше класифікація реалій розширилася за рахунок їх поділу за конотативним значенням, тобто залежно від місцевого (національного, регіонального) та часового (історичного) колориту. Залежно від того, чи є лакунізований елемент «своєю» реалією (національною, локальною чи мікролокальною) чи «чужою» (інтернаціональною або регіональною), перекладач може обирати різні способи передачі значення лакунізованого елемента мови (реалії) для

того, щоб донести до читача тексту на мові перекладу значення іншокультурної реалії, її особливий національний колорит.

Поняття «переклад реалій» є двічі умовним: реалія, як правило, не перекладається (у словниковому порядку), а передається у контексті не шляхом перекладу. Але передача значення національно-маркованих слів є обов'язковим. Для того, щоб обрати найпідходящий засіб передачі значення реалії, необхідно осмислити незнайому реалію в тексті оригіналу, тобто вивчити місце, яке вона займає у контексті; зрозуміти, як ця реалія подається автором, а також якими засобами він користується для того, щоб довести до свідомості читача її семантичний та конотативний зміст.

Значення лакунізованих елементів передається на фонетичному рівні, тобто за допомогою транскрипції. Інколи мовна форма національно-маркованих одиниць, що передається транскрипцією та транслітерацією не може передати повне вираження її лексичного значення, тому у цьому випадку стає необхідним додаткове пояснення. Це трапляється тоді, коли реалія вводиться в мові перекладу вперше, або коли слово є незнайомим для широкого кола людей мови перекладу. Також для передачі значення реалій використовується переклад: вводиться неологізм (калька, напівкалька чи семантичний неологізм), використовується заміна реалій, що інколи призводить до неприпустимої підстановки колориту першообразу власним колоритом (наприклад, коли англійська реалія *bell-boy* заміщується українською реалією *коридорний* або *посильний*), вживається також приблизний переклад/родовидова заміна, функціональний аналог, опис та контекстуальний переклад. Поряд з цими засобами передачі значень реалій існують також: а) переклад складових частин та додаткове тлумачення лакунізованих елементів; б) дослівний переклад; в) переклад за допомогою семантичних аналогів.

Передача лакунізованих елементів мови (реалій) становить великий практичний та теоретичний інтерес. З цим пов'язаний цілий комплекс проблем, які необхідно вирішувати перекладачеві. Автентичність перекладного тексту та оригіналу включає в себе невідповідність культурного контексту. Для перекладача це майже завжди означає дві взаємовиключаючі вимоги зробити текст максимально близьким до оригіналу й добитися сприйняття оригіналу людиною висхідної культури, що інколи призводить до втрат експресивно-емоційного плану. Але високий професіоналізм та екстралінгвістична компетенція повинні максимально знизити кількість і якість культурних втрат, забезпечити змістову та функціональну близькість тексту оригіналу до тексту перекладу.

Наук. керівник - Свирид А.М., викладач

## КОМУНІКАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ІМПЛІЦИТНОСТІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Слабко І., студ. ПР-51,

Кобякова І.К., к.філол.н., доц.

У комунікативній лінгвістиці текст розглядається як перетворений мовленнєвий акт, що дозволяє відтворити прагматичну ситуацію, в основі якої «щілина» між диктумом (повідомлюваним у реченні) і модусом (ставленням до повідомлюваного) призводить до асиметрії між очікуваним і реалізованим у тексті. «Щілина» між диктумом і модусом лежить в основі механізму виникнення очуднення, що призводить до «семантичного жесту», «структурного скандалу». Виникнення імпліцитних смислів, згідно з визначенням Г.П. Грайсом «принципом кооперації» як основи успішного комунікативного процесу, полягає у порушенні постулатів (максим): 1) кількості (maxims of quantity) – «твоє висловлювання повинно містити не менше інформації, ніж вимагається»; 2) якості (maxims of quality) – «твоє висловлювання не повинно містити менше інформації, ніж вимагається»; 3) відношення (maxim of relation) – «не відхиляйся від теми»; 4) способу (maxims of manner) – «висловлюйся ясно». До фігур, у яких порушується постулат кількості, він відносить гіперболу, літоту, мейозис, до фігур якості – метафору, метонімію, персоніфікацію, алегорію та ін. Як зазначає О.М. Мороховський, важливою ознакою фігур кількості та якості є здатність передавати стилістичне значення, яке на відміну від лексичного є прихованим (імпліцитним). Спираючись на виведені Г.П. Грайсом постулати та їх подальший розвиток і застосування по відношенню до художніх текстів, розглядаємо фігури кількості та якості, вербалізовані в поетичних текстах, як індикатори прихованих смислів. Як зазначає Б. Шлібен-Ланге, дискурсивні максими точно описують реалізацію непрямих смислів. Якщо буквальна інтерпретація висловлення адресанта не задовольняє адресата, то це є свідченням порушення максим адресантом, а також дає привід адресату замислитись про причину цього порушення та дійти висновку, що, не маючи підстав не слідувати принципу кооперації, адресант хоче вкласти в свої слова більше, ніж вони конвенціонально позначають. Таким чином адресат виводить імплікатуру. Висловлення містить імплікатуру, якщо в процесі мовлення адресант дає можливість адресатові зробити висновок про деякий стан речей, хоча й не говорить прямо, що цей стан речей має місце.

## БЕЗЕКВІВАЛЕНТНА КОМП'ЮТЕРНА ЛЕКСИКА ТА СПОСОБИ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ

Кищик А.С., студентка групи ПР-72

Найбільше багатство кожного суспільства — його мова, а в мові — її словниковий склад. Лексичне багатство мови свідчить про рівень розвитку суспільства. З розвитком знань про світ мова невпинно зростає. Більшість слів у мові становлять спеціальні слова, пов'язані з різними галузями знань, культури, виробництва тощо, і лише приблизно десята частина — це загальноповсякденні слова.

Словниковий склад мови являє собою не просто набір слів. Слова в мові існують у певній системі та взаємовідношенні. Вони розрізняються за сферою й частотою вживання. Лексична система є найрухливішою, наймобільнішою складовою частиною мови: у ній постійно виникають нові слова, нові значення в існуючих словах.

В даній роботі під спеціальними словами мається на увазі комп'ютерна лексика. Причиною швидкої появи нових слів у комп'ютерній лексиці виступає стрімкий розвиток комп'ютерних технологій. Це, в свою чергу, зумовлює появу нових значень вже існуючих слів та утворення цілком нових одиниць мови.

За останні роки, в зв'язку з розвитком наукових технологій, комерційних відношень та, звичайно, зростом комп'ютерної мережі Інтернет, майже усі мови у світі відчують міцний "тиск" з боку англійської мови і як слідство цього впливу — кількість англіцизмів в цих мовах зростає з кожним роком. У нашій роботі англійськомовні безеквівалентні комп'ютерні терміни, які запозичуються в українську мову є об'єктом дослідження, їх специфіка та способи перекладу — предметом дослідження.

Треба визнати, що на даний момент українська комп'ютерна термінологія характеризується наступними особливостями: великою кількістю англіцизмів; відносно незначною кількістю термінів на рідній мові, які відповідають аналогічним термінам у англійській мові. Тому вирішення проблеми перекладу таких термінів, знаходження нових способів перекладу, та ґрунтовне вивчення вже існуючих є актуальною у сучасній лінгвістиці.

Безеквівалентна лексика (БЛ) — лексичні одиниці, що не мають точних семантичних відповідників у інших мовах. До складу БЛ належать слова-реалії, слова-символи, власні назви, виробнича лексика, що не мають однослівного перекладу іншою мовою. Яскравим матеріалом БЛ є той її пласт, який прийнято називати комп'ютерною лексикою. Для БЛ немає готового "імені" у формі слова або словосполучення, його потрібно створювати в процесі мовлення.

Найчастішими способами перекладу комп'ютерної БЛ є:

1) Графічне відтворення запозичення без будь-яких змін оригінального написання. Це, насамперед, стосується власних імен — назв корпорацій, пошукових серверів, операційних систем та програмної продукції (часто у вигляді аббревіатур та акронімів). Наприклад: *Microsoft, Windows, CD-ROM, Google, Yandex, Total Commander, Internet*

*Explorer*. У багатьох випадках, створена таким способом лексика може закріпитися в мові перекладу і регулярно використовуватись при перекладі відповідних слів.

2) Транскрипція – передача звуків іншомовного слова за допомогою літер алфавіту мови перекладу. Наприклад: *computer* - *комп'ютер*, *printer* - *принтер*, *display* - *дисплей*, *file* - *файл*.

3) Транслітерація – передача літер іншомовного слова за допомогою літер алфавіту мови перекладу. При транслітерації також іноді спостерігається зсув наголосу. Наприклад: *processor* - *процессор*, *modem* - *модем*, *monitor* - *монітор*.

4) Калькування – слово або вираз, що являє собою переклад по частинах іншомовного слова з матеріалу рідної мови. Наприклад: *external command* – *зовнішня команда*; *digital signature* – *цифрова підпис*. Багато слів, створені шляхом калькування, широко розповсюджуються в перекладацькій практиці, а потім починають використовуватися і в неперекладних матеріалах на мові перекладу. В результаті лексичні відповідні одиниці вихідної мови виходять з розряду безеквівалентних, набуваючи постійних відповідностей. Нерідко використання транскрипції або кальки для перекладу БЛ супроводжується описом значення цього слова в спеціальній примітці або виносці. Цікавими є випадки калькування, в яких один з елементів транслітерується, а інший елемент мови перекладу, що сам у свій час або навіть донедавна був запозиченням-неологізмом. Наприклад: *proxy server* – *проксі сервер*; *swapping manager* – *свопінг менеджер*.

5) У разі неможливості створити відповідність указаними вище способами для перекладу безеквівалентного слова використовується опис, що розкриває значення безеквівалентного слова за допомогою розгорненого словосполучення. Експлікація чи описовий переклад – спосіб передачі БЛ, що передбачає розкриття значення запозиченої одиниці за допомогою розгорнутого опису: *Digitizer* – *кодувальний перетворювач, підсистема чи пристрій, який формує цифрові дані для вхідного аналогового сигналу*; *Transponder* – *телекомунікаційний пристрій, який приймає сигнал в одній формі та передає його в іншій формі*.

Останнім часом комп'ютерні технології беруть участь майже у кожній сфері людської діяльності. З наукових журналів, довідників та інших засобів інформації, що мають відношення до комп'ютерних технологій, можна зрозуміти, що нова лексика з'являється майже щодня. В таких умовах кожне явище повинно отримати свою назву, яку потім треба перекласти. Актуальність питання полягає у розумінні важливості правильного та адекватного перекладу задля уникнення майбутніх непорозумінь. Способи перекладу такої лексики потребують детального вивчення, тому що навіть термін «безеквівалентна лексика» порівняно новий й ще й досі в його тлумаченні немає однаковості серед мовознавців. Тож подальше вивчення такої лексики надасть можливість розширити український словник та збагатити значення про види та способи перекладу БЛ.

Наук. кер. – Назаренко О.В., викладач

## ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ І СПОСОБИ ВИЯВЛЕННЯ ПРИХОВАНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ

Кобяков О.О., аспірант

У межах лінгвістики тексту виявлення прихованої інформації пов'язується з дією категорії зв'язності, яка охоплює глибинний смисл тексту і його формальне вираження, або, в іншій термінології, глибинну і поверхневу структуру в їхній взаємодії, при цьому механізм розкриття імпліцитних смислів за допомогою різноманітних асоціації «матеріальної оболонки слів і сприяє взаємодії мовних значень зі світом досвіду і відображеними у нашій свідомості образами дійсності». Шляхом протиставлення відомого і нового в тексті здійснюється розкриття імпліцитної інформації. І.Р. Гальперин виділяє три типи інформації: змістово-фактуальну, змістово-концептуальну і змістово- підтекстну. Змістово-фактуальна інформація (ЗФІ), пов'язана з фактичним змістом, передається у тексті експліцитно, якщо «одиниці мови... використовуються в їх прямих, предметно-логічних словникових значеннях, закріплених за цими одиницями соціально обумовленим досвідом».

Змістово-концептуальна інформація (ЗКІ), пов'язана з індивідуально-авторським переосмисленням дійсності, має естетико-художній характер і не завжди виражається експліцитно, потребує уважного прочитання тексту, щоб «через доступний зміст проникнути у його глибинний смисл». Змістово-підтекстна інформація (ЗПІ) – це прихована інформація, вербально не виражена в тексті. Вона виявляється за допомогою залучення асоціативних і конотативних значень змістово-фактуальної інформації. І.Р.Гальперин виділяє два підтипи змістово-підтекстної інформації: ситуативну й асоціативну. Ситуативна ЗПІ пов'язана з фактами та подіями, що трапилися раніше. Асоціативна ЗПІ виникає завдяки накопиченому особистому або соціальному досвіду читача. В тріаді ЗФІ – ЗПІ – ЗКІ факультативною ланкою є ЗПІ, оскільки підтекст не завжди можна виявити в художньому тексті. Однак, якщо змістово-підтекстна інформація є у тексті, то вона неодмінно базується на першій ланці й складає значущу частину останньої.

Одним із шляхів розвитку семантичної теорії стала розробка ідеї інтенціональної семантики. Під прихованим компонентом лексичного значення, зокрема імплікаціоналом, розуміє більш складне явище, ніж просто відсутність формального вираження одиниці змістового плану.

## КАТЕГОРІЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ В НЕТИПОВИХ ТЕКСТАХ

Тарасенко О., студ. ПР-62

Текст як основна одиниця комунікації, залишається одним з найбільш поширених об'єктів досліджень у межах прагмалінгвістики та когнітології. Аналіз текстових утворень на сучасному етапі розвитку мовознавства концентрується навколо малих форм, які реалізують своє прагматичне навантаження й актуалізують процес комунікації.

Типові тексти на відміну від нетипових характеризуються наявністю логічної зв'язності, ригористичної форми і структурно-композиційної даності, що і зумовлює актуальність дослідження.

Категорійний статус інформативності досі не ставав об'єктом спеціальних лінгвістичних досліджень. Аналізуючи інформативність як лінгвістичну категорію, я ставлю собі за мету акцентувати увагу саме на категорійному аспекті інформативності як на одній з основних ознак її якісної характеристики в нетипових текстах. У логічному словнику-довіднику поняття „категорія” тлумачиться як „максимально широке поняття, у якому відображаються найбільш загальні і сутнісні властивості, ознаки, зв'язки і відношення предметів, явищ об'єктивного світу”. Лінгвісти визначають категорію як “спільні властивості, що постають на основі гомогенного або гетерогенного відношення у певній групі (класи, розряди) елементів, тобто одиниць, що перебувають у гомогенному чи гетерогенному зв'язку”. Щоб уникнути такої розмитості, визначимо, що категорія інформативності – це така універсальна феноменологічна суперкатегорія, що здатна виявлятися у різних сферах біологічних та соціальних проявів, в тому числі і в мові, де вона здатна реалізуватися на усіх мовних рівнях, набуваючи характеру надкатегорії.

Сучасні лінгвісти знаходяться на "текстоцентричній хвилі", фокусуючи увагу на категоріях текстів, їх класифікації та дериваціях. Варіативність комунікативних одиниць є універсальною рисою.

У сучасній таксономії тексти класифікуються за різними чинниками з огляду на методологічні бази та уподобання вчених. Різноманітність текстів проявляється в наявності атрибутів – великих і малих форм, інформативних і неінформативних, емоційних і неемоційних, усних і письмових, вербальних і невербальних. Текст як елемент культури виступає важливим інгредієнтом конвенційних канонів і традицій. Як об'єкт літератури текст корелює із грою – за змістом, з ритуалом – за формою. У текстах репрезентуються реальні



та ірреальні події, зберігаються традиції минулого, у домислах і фантазіях створюються нові моделі картин світу.

До основних належать категорії інформативності, зв'язності та повторюваності. Текст – це острівець організованої, впорядкованої комунікації. Наявність основних категорій тексту об'єктивує дійову силу термінів "стандартний" або "типовий". Відсутність певних категорій обумовлює його віднесення до нестандартних або нетипових. До типових текстів належать завершені інформативні тексти – функціонально орієнтовані, структурно-змістовні, прагматико-комунікативні, відкриті до осмислення, дискретні за формою та змістом. Кожній групі текстів притаманні певні прерогативи. Так, для художнього тексту показовою є реалізація естетичної функції, а для наукових текстів – когнітивної.

Інформативність – облігаторна категорія як для художніх, так і для наукових текстів, типових та нетипових. Тексти реалізують фактуальну або концептуальну інформацію, причому концептуальна інформація переважно належить художнім текстам.

Одним із завдань сучасного мовознавства є визначення статусу текстів як таких, що реалізують значний вплив на адресата. Текст – вербалізована комунікативна подія мовленнєвої діяльності людини. Тексти (писемні чи усні) за структурою та семантикою завершені повідомлення. Поняття „інформативність” (Informativity), яке останнім часом стало активно використовуватися в лінгвістичній літературі поряд із поняттям „інформація, все ж залишається досить невизначеним, а термінологічні словники або зовсім не подають його дефініції, або подають залежно від бачення укладача, що найчастіше зумовлено його належністю до певного напрямку науки або якогось аспекту аналізу мовних явищ.

Основним комунікативним наміром у нетипових текстах є інформування, домінуючою категорією, до деякої міри тією, що підпорядковує інші, – категорія інформативності. У плані реалізації впливу на адресата в умовах нетипових текстів категорія інформативності тісно пов'язана з категоріями інтегративності, членування, модальності, локально-темпоральної віднесеності, адресованості. Здійснюючи інформування за допомогою будь-то каламбурів, афоризмів, прислів'їв чи інших текстів цієї категорії, автор прагне привернути увагу читача, зацікавити його інформацією про якусь подію, погоду, захопливість того чи іншого збігу подій, переконати у вірогідності наведених фактів.

Наук. керівник – Кобякова І.К., к.філол.н., доц.

# THE USE OF ABBREVIATIONS. THE TRANSLATION OF ABBREVIATIONS

Natalia Dereza, *Student PR-73*  
Supervisor Kirichenko O.A.

An abbreviation is a short way of writing a word or a phrase that could also be written out in full.

## *Types of abbreviations:*

- |                  |                                  |
|------------------|----------------------------------|
| 1. Contractions  | 5. Small capitals                |
| 2. Clipped-forms | 6. Numerals, Fractions and Dates |
| 3. Footnotes     | 7. Parentheses                   |
| 4. Full stop     | 8. Italics                       |

## *The rules of use of abbreviations:*

1. The following is a list of terms you will often see in the text, the index, or the bibliography of books designed for serious readers. 2. They are nearly all brief or abbreviated forms of expressions in Latin. 3. Many people also make use of them when taking notes, and they are also used in the footnotes and endnotes of academic writing. 4. Don't use abbreviations in the main text of any formal writing. If you wish to use these terms, they should be written out in full. 5. That is, don't put e.g., but write out for example. 6. Notice that a full stop is placed after an abbreviation, but not when the full word is used. 7. This is correct usage, but sometimes the full stop may be omitted in order to avoid double punctuation. 8. Note that these terms are often shown in italics. 9. You should never begin a sentence with an abbreviation.

It is very important to analyse a system of abbreviations in English, to cover the vague points of the usage, pronunciation, spelling, capitalization of abbreviations, sometimes touch their etymology, describes the variety of classes of abbreviations, give the notion of acronyms, explain the rules of spacing and punctuation in the sentences containing abbreviations.

The research gives a unique opportunity to get to know more about modern, just recently created abbreviations, i.e. from computer, internet world, school society, day-to-day conversations

# СЕКЦІЯ «ЕВОЛЮЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ КВАНТИТАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ»

## ДЕНУМЕРАТИВИ ONCE, TWICE, THRICE

Васюхно Л.В., Сіроштан О.О., студ.гр.ПР-52

Похідність денумеративів є очевидною з огляду на прозорість їх структур. Денумеративи *once, twice, thrice* відносяться до першого ступеня похідності.

Денумеративи групи *once, twice, thrice* являються адвербіальними, а саме виконують функції прислівника у мові і мовленні.

Утворення денумеративів *once, twice* представлено моделлю: **Num-+-ce**, де **-ce** – це суфікс, а **Num-** – основа числівник. Деривативи на **-ce** утворюють закрити парадигму *once, twice, thrice*. У самому ж словотворчому процесі використовуються основи числівників *one, two, three*.

*Eg Could not somebody, for once just look surprised?*

*I'd thought, once, that I might make clothes for a living, but I didn't want to go to college and study design.*

*I preferred doing my own thing, once-offs for friends and family.*

Дериватив *twice* є одним із лексичних засобів вираження процесо-кількості (підрахунку окремих процесів або частин процесу кратності, визначення тривалості безперервного процесу, засобом вираження повторюваної дії, в той час як *once-* демонструє лише одноразову дію.

*Once, twice* є більш вживаними і розповсюдженими, ніж *thrice*.

*Eg I've visited her twice already this autumn and she's visited me once*

*Unemployment in the north of England is twice the national average. Teachers say they would be twice as effective if they had no administrative tasks.*

*All at once my anger returned.*

*Her little brother was twice smaller than she, even though he ate much more than she.*

*Thrice* вважається більш застарілим, і тому даний денумератив можна зустріти більшою мірою в художній літературі.

*Eg This vehicle travels at thrice the speed of sound. They play football thrice weekly.*

*She attended church thrice monthly, but it didn't prevent her from hurting people who loved her and took care of her.*

Preferable:

*This vehicle travels at three times the speed of sound.  
They play football three times a week and train every night.*

Існують випадки, коли ми не можемо замінити фразу 'декілька разів' на 'twice', а саме, коли число 'two' не є суміжним з іменником 'times', а визначає його.

Eg *He kicked the dog two separate times*

Іншим значенням денумератива *once* (*twice*, *thrice* не несуть в собі такого значення) – 'одного разу', 'колись'. І чим самим показує приналежність до минулого часу.

Eg *I once ran a fish-and-chip shop in Brighton.*

~ *When was that?* ~ *Before I bought this business.*

*Our house in the village was once the train station.*

~ *When was that?* ~ *When the trains used to run here.*

Денумеративи адвербіального типу *once*, *twice* у реченні вживаються як різні частини мови, але, як правило, в основному, вони виступають прислівниками або ж дериватив *once* може функціонувати як іменник – випадок okazіональної конверсії. У наступних прикладах, які були взяті із художньої літератури, а також брали участь у дослідженні, деривативи *once*, *twice* виступатимуть наступними частинами мови:

**a) once:**

-I was very much in love with her *once*

-*Once* I met his old friend, who gathered the latest gossips and tried to involve me in his affairs. (прислівник);

-He had to do it but this *once*.

-He went back home and gave her the *once-over*. (іменник);

-I never *once* lied to you. (підсилювальна частка);

**b) twice:**

- I wouldn't look at her *twice*.

-I made this sin *twice*, but I promised myself to change and stand on the right path. (числівник);

- I *twiced* the service life of my car (дієслово).

Отже, в залежності від контексту денумеративи *once*, *twice* можуть функціонувати як повнозначні, так і службові слова.

З упевненістю можна стверджувати, що денумеративи *once*, *twice*, *thrice* використовуються для економії мови і часу, для кращого розуміння.

Наук.керівник - Швачко С.О., проф.

## СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ З НУМЕРАЛЬНИМ КОМПОНЕНТОМ – ЧИСЛІВНИКОМ НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ

Горенко В.М., ПР-61 студ.,  
Дорда В.О., викл.

Ставлення до сленгу, експресивно-емоційної лексики усного розмовного мовлення, неоднозначне – особливо серед науковців. Одні оцінюють його прихильно, визнаючи у ньому невичерпний мовотворчий потенціал, інші заперечують, вказуючи на негативну конотацію сленгізмів

Термін сленг є багатозначним. Він належить до лексики обмеженого вжитку: має неофіційний характер та емоційну забарвленість. До лексики обмеженого вжитку також належать професіоналізми, жаргонізми, арго, вульгаризми (останнім часом все більше вживається термін сленг).

Спочатку сленг використовувався лише в окремих соціальних групах, а потім перейшов у загальне використання. Таким чином, сленгізми є загальнозрозумілими для всіх соціальних груп того чи іншого мовного суспільства. Спочатку сленг не виділявся як окреме лексикологічне поняття.

Цей термін використовувався лише в якості синоніму терміну «кент», потім – «жаргон». В кінці 19 ст. ці три поняття розділилися і стали позначати різні мовні явища. Деякі вчені до цього часу вважають, що сленг – це груба мова або жаргон окремих соціальних груп. Насправді сленг є особливою нелітературною мовою зі своєрідним вокабуляром. Він є компонентом просторіччя.

Під терміном сленг розуміють особливий периферійний шар нелітературної лексики та фразеології, який лежить за межею літературної розмовної мови, закордонних діалектів загальнонародної англійської мови. Слід ввести два види: загальний сленг та спеціальний сленг.

Загальний сленг – це відносно стійка для певного періоду, широко розповсюджена та загальнозрозуміла соціальна мовна мікросистема в просторіччі, досить неоднорідна по своєму генетичному складу та мірі наближення до фамільярно-розмовної, з яскраво вираженими емоційно-експресивними відтінками, які часто представляють собою насміх над соціальними, етичними, естетичними, язиковими та іншими умовностями та авторитетами.

Спеціальний сленг – це специфічна лексика та фразеологія соціальних жаргонів, професійних говорів та арго (кент) злочинного світу. Спеціальний сленг включає в себе: арго, кент, римований сленг, соціальні жаргони та професійні говори, бек сленг тощо.

Числівники англійської мови – самостійний незамкнутий ряд повнозначних нумеральних слів, яким притаманні специфічні семантичні, синтаксичні та словотворчі особливості. Вони належать до гетерогенних полілексемних одиниць з відповідною структурою та семантикою. Основа числівника має потенційні можливості проявляти себе у сполучу вальній комбінаториці, у внутрішньословесних зв'язках.

В англійській мові нумеральні основи вживаються, в основному, в дериватах, утворених шляхом афіксації і словоскладання.

Сучасні англійські числівники детермінуються дискурсивними чинниками. У даному дискурсі їм притаманна усталеність, окрема оформленість і семантична цілісність. Числівники семантизують невизначену кількість. В умовах сленгу зазначений компонент десемантизується, втрачає кількісне значення, універсально проявляє тенденцію позначати невизначену кількість.

Пор.: *off one's rocker* – “не всі вдома”, *one never can tell* – “важко сказати”, *two bits* – “двадцять п'ять центів, четверть долара”, *zero cool* – “круто, дуже добре”. Числівники позбавляються частково точності, набувають статусу маркерів приблизної та невизначеної кількості і розширюють функціональну сферу, позбавляючись характеристик «чистого терміна».

Універсальною для числівників є тенденція до десемантизації, втрати квантитативності, до їх збагачення квалітативними, предметними та нульовими семами. Виразниками квантитативних значень можуть бути лексеми, позбавлені квантитативних сем.

Денумеральним утворенням притаманна семантична девіація. Пор.: *ten-gallon* - “cowboy hat”, *millionaire* – “a person who has million dollars”, *sweet and twenty* “young and beautiful girl”, *nine-to-fiver* “a man working from 9 to 5”, *nine worthies* “знамениті люди”. Квантитативні словосполучення «під натиском» дискурсу модифікуються, набирають рис ірреальності та неочікуваності. При цьому кількісні одиниці використовують креативні резерви мови, її динамізм та адаптивність.

## ФУНКЦІОНУВАННЯ ДЕНУМЕРАТИВІВ У ХУДОЖНЬОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Ігнат'єва О., студ. ПР - 52

Аналіз квантитативних одиниць у мовному та функціонально-семантичному полях кількості сприяє розкриттю їх статичної та динамічної, структурно-семантичних та функціонально-комунікативних особливостей. У концепції функціонально-семантичного поля кількості закладена ідея системного вивчення синтагматических зв'язків квантитативних одиниць, їх дискурсивних можливостей.

Домінантними у функціонально-семантичному полі кількості виступають нумеральні поєднання – числівники у "синтаксичному комплексі". Квантитативні одиниці у тексті створюються по моделях, конституенти яких детерміновані конситуацією та внутрішніми законами мови. Досліджувані одиниці у мові актуалізують квантитативну, нумеративну, прагматичну та ономастичну функції. Розпізнаванню функцій сприяє мікро- і макроконтекст нумерального словосполучення, безпосереднє оточення числівника, характер дискурсу, у якому воно реалізується.

У процесі деривації з'являються інновації на матеріалі квантитативних одиниць. Денумеративи при цьому зберігають спільність кореневих основ із деривативними словами, відбувається розширення семантичної структури похідних слів. Функціональна переорієнтація об'єктивує появу нових функцій квантитативних одиниць, зміну їхнього лінгвістичного статусу, а також їхнього семантичного, дериваційного векторів, комунікативного та прагматичного маркування.

Особливості функціонування денумеративів у художньому дискурсі можна дослідити на матеріалі англійської прози Джона Грішема, а саме на прикладі тексту його роману «Клієнт» ("Client").

Об'єктом дослідження є денумеративи, а предметом – особливості їхнього функціонування у англійському художньому дискурсі. Мета дослідження – проаналізувати особливості функціонування денумеративів на матеріалі художніх текстів Дж. Грішема.

Проаналізувавши текст роману Дж. Грішема, було визначено найчастіше використання таких денумеративів, як *alone*, *none* та *only*.

Денумератив *alone* є прикладом компресії (або композиції) словосполучення *all but one* та у постпозиції з дієсловом є прикметником.

*He had decided sitting **alone** in the motel room, that this was a wonderful idea.*

He was **alone** again.

*"Are we **alone**?" asked a bailiff.*

*Around three, she and Clint were left **alone** with the empty offices.*

*Her little client was safely tucked away in a nice jail with security guards at his beck and call, and here she was sitting **alone** in the darkness.*

*"I could stay here for a long time, if they had left me **alone**."*

*"They are not going to leave you **alone**."*

*No one wants to die **alone**.*

Іншим прикладом компресії є денумератив *none* (композиція словосполучення *nobody but one*).

*"Why do you suddenly trust the FBI?"*

*"Because there is **none** else to trust."*

Денумератив *only* є результатом утворення денумеративної одиниці шляхом суфіксації (додавання до основи *one* суфіксу *ly*). При цьому цей денумератив може бути або прикметником, або часткою в залежності від контексту.

*"Are you scared?" he sneered as **only** big brothers can.*

*You are the **only** person in the world I trust right now.*

*You are the **only** person in the world I trust right now.*

*Your safety is my **only** concern.*

Підсумовуючи проаналізований матеріал, варто відзначити, що вивчення функціонування денумеративів у художньому дискурсі об'єктивує теоретико-методологічні положення щодо когнітивних процесів, характеру позначення їх результатів у семантиці денумеративних одиниць. Специфіка їхнього моделювання розкривається у процесі творення денумеративів шляхом компресії (*alone, none*) або афіксації (*only*).

Проблеми вивчення системно-функціональних особливостей денумеративних одиниць сучасної англійської мови мають значні перспективи подальших досліджень.

Одержані результати не вичерпують проблематики, висвітленої у доповіді. Перспективним є вивчення функцій денумеративних одиниць на матеріалі англійської прози; дослідження онтології денумеративних одиниць, їх субполів; осмислення впливу взаємодії лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів на їх функціонування у тексті.

Наук. керівник - Швачко С. О., д.філол.н., проф.



## ЕТИМОЛОГІЧНІ ВИТОКИ ЧИСЛІВНИКІВ. ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Купреєнкова А.В., студ. ПР-61,  
Дегтярьова Л.І., ст. викладач

У готській мові представлені два розряди числівників - кількісні та порядкові. Числівники мали морфологічні категорії роду і відмінка. Утворення кількісних числівників відображало сліди трьох систем числення: 1) загальноіндоєвропейської десяткової, що визначала числівники від 1 до 100; 2) дванадцяткової близькосхідної (вавілонської), що побічно впливає на структуру числівників після 12 і від 70 до 100. Готська мова не мала простого слова при позначенні «100»; 3) пальцевої найдавнішої системи, рефлексі якої помітні в *ahtau* «вісім» < *oktau* (форма подвійного числа), тобто «по 4 пальці на двох руках»; Пор.: *ok* - «гострий», грец. *akis* «кінчик вістря», лат. *acus* «голка». У готських текстах біблії представлені наступні кількісні числівники від 1 до 20: 1 - *ains*, 2 - *twai* (ч.р.) і *twos* (ж.р.), 3 - *preis*, 4 - *fidwor*, 5 - *fimf*, 6 - *saihs*, 7 - *sibun*, 8 - *ahtau*, 9 - *niun*, 10 - *taihun*. Числівники 11 - *ainlif*, 12 - *twalif* утворені з компонентом *-lif* (Пор.: *af-lifnan* 'залишатися зайвим', *bi-leiban* 'залишатися' < герм. *li* «Залишається понад»). Числівники 14 - *fidwortaihun*, 15 - *fimftaihun* утворені складенням основ з компонентом *-taihun*, що мали нечітку етимологію: «десять» < «дюжина»(?). Числівники від 20 до 100 мали різноманітні структури: 20 - *twai tigjus*, 30 - *preis tigjus*, 60 - *saihs tigjus* були сполученнями з *-u*-основним іменником - *tigjus* «десять», «десяток» в множині - своєрідним аналогом *taihun*. Числівники 70 - *sibuntehund*, 80 - *ahtautehund*, 90 - *niuntehund*, 100 - *taihuntetund* є складними словами, де другий компонент *-tehund* співвідноситься з *taihun*. У готській мовою зустрічається в непрякій формі і іменник *hunda* «сотні» (Пор.: *hunda-faps* «сотник»), тобто корінь *hund* позначав «велику сотню» (десять дюжин), але був переосмислений. Цим пояснюється наявність дублетів *hund* і *taihuntetund* «сотня з десяти десятків». Можливо, що й *tehund* мала раніше значення «великий десяток, дюжина». Про неповну етимологічну тотожність *hund/taihuntetund* свідчить текстове примітка: *fimfhundam - taihuntewjam* «*fimfhundam - taihuntewjam*» п'ятистам, що складаються з десятків». Числівники 200 - *twa hunda*, 300 - *prija hunda* і т.д. утворені описово, як і числівники від 1000 - *pusundi* (ж.р., *-jô*-основа): *twos pusundjos* (2 000) і т. п.; 10 000 - *taihun pusundjos*, 20 000 - *twai tigjus pusundjo*. Деякі кількісні числівники позначені в текстах спеціальними значками, їх мовна форма невідома і може бути тільки

реконструйована. Відмінювання кількісних числівників у готській мові не утворює єдиної системи: числівники від 1 до 3 - *ains*, *twai*, *preis* змінюються за родами: з них *ains* відмінюється як сильний прикметник, а *twai*, *preis* зустрічаються в наступних формах:

Ч.р.	С.р.	Ж.р.
Н. <i>twai / preis</i>	<i>twai / -</i>	<i>twos / -</i>
Р. <i>twaddje / prije</i>	<i>twaddje / prije</i>	<i>- / -</i>
Д. <i>twaim / prim</i>	<i>twaim / prim</i>	<i>twaim / -</i>
О. <i>twans / prins</i>	<i>twa / prija</i>	<i>twos / prins</i>

Числівники від 4 до 19 не змінюються за родами і вживаються в невідмінюваній формі, за винятком випадків їх субстантивованого вживання, де зареєстровані форми родового і давального відмінка за зразком *-i*-основ. Наприклад, *tip*, *paīm twalibim* тими «дванадцятьма» (тобто 12 апостолами), або якщо вони стоять після іменника *wintrīwe twalibe* «зим двенадцати» (Р.в.), але *af fidwor windam* «від чотирьох вітрів». Числівники від 20 до 60 відмінюються як *-u*-основні іменники в множині і поєднуються з родовим відмінком визначального слова. Числівники від 70 до 100 не відмінюються. У сполученнях, що позначають числівники від 200 до 900, відмінюється тільки другий компонент за зразком «*-a*-основних» іменників у множині середнього роду. Числівник *pusundi* відмінюється як іменник жіночого роду на *-jô*, і також поєднується з певним словом у родовому відмінку. Порядкові числівники у готській мові, починаючи з 'третіх' і так далі, утворені від кількісних числівників приєднанням суфікса *-d(t)a / -dja* (< герм. - *ra/pia*). У писемних пам'ятках зафіксовані лише форми: *pidja* «третій», *ahtuda* «восьмий», *niunda* «дев'ятий», *saihsta* «шостий», *fimfta* «п'ятий», *taihunda* «десятий», *fimftaihunda* «п'ятнадцятий».

Вони мали словозмінні форми за зразком слабкої відміни прикметників. Числівники «перший» *fruma* (ч.р.), *frumo* (с.р.), *frumei* (ж.р.) і «другий» *anpar* (ч.р.), *anparo* (с.р.), утворені від іменних основ. *Fruma* відмінюється як слабкий прикметник, але в жіночому роді за типом *-ein*-основ, а *anpar* змінюється по моделі сильної відміни прикметників (в називному відмінку однини чоловічого роду - чиста основа, а в середньому роді відсутній займенникова форма з *-ta*). У готській мові представлені також числівники з розподільним значенням, утворені описово: *bi*, *hwasuh*, *hwarjizuh* + кількісний числівник (пор.: *twans hwasuh*, *bi twans* «кожні двоє») зі збірним значенням: *bai*, *tweihnai* «обидва», і позначають кратне безлічі з компонентом *-fal*. Наприклад: *fidurfalp* «чотириразовий» (пор.: *falpan* «складати»).

Лелюк Л.С., студ. ПР-82

Косенко Ю.В., к. филол. н.

Компьютерное общение, понимаемое как коммуникативное действие, осуществляемое посредством компьютера. Компьютерное общение состоит из следующих жанров: электронная почта (e-mail), чат - неформальное общение в реальном времени посредством компьютера, электронные доски объявлений, компьютерные конференции, средства мгновенного обмена сообщениями (ICQ, mail.ru Агент и др.). У компьютерного общения можно выделить следующие признаки: виртуальность, глобальность, гипертекстуальность, многогранность.

Характеристики компьютерного общения: масштабно (подобно СМИ), носит массовый характер, внутрилично (общение между пользователем и ПК), кратко (получение электронной почты), длительно (участие в конференциях или чатах), устным (коммуникация при помощи голосового модема), письменным (передача текстов и графики), актуально (общение с реальными людьми), виртуально (общение с воображаемыми собеседниками).

Лексическое оформление текстов компьютерного дискурса характеризуется насыщенностью речи всевозможными сокращениями и аббревиатурами, зачастую выполняемыми в англоязычной форме, использование «смайликов». Важной характеристикой компьютерного дискурса является обилие различных типов вопросов и использование эллиптических предложений, целью которых является сокращение дистантности общения и придание ему выразительности и эмоциональности.

Отличительной особенностью пунктуации дискурса чатов является частое отсутствие апострофа, а также, как уже упоминалось раньше частыми многократными повторами вопросительного и восклицательного знаков для придания дополнительной экспрессивности дискурсу.

Его перспективы открыты по многим направлениям, таких как, освещение специфики других жанров виртуального общения, или в изучение проникновения компьютерного дискурса во все остальные сферы общения, и, несомненно, освещение межкультурных особенностей использования компьютера, как средства международного общения в виртуальном пространстве.

## ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ПРЕДМЕТНОГО ЕТАПУ ЧИСЛІВНИКІВ

Неліна О. Г., студ. ПР-61

На початковому етапі виникнення суспільних стосунків людство не мало необхідності у залученні до мови числівників. Натомість для лічби користувалися частинами тіла чи предметами оточуючого світу. Це і було першим етапом формування системи числення у мовах – «предметним етапом». Людство довго переживало стадію лічби «один, два і багато».

В окремих випадках номінація «один» має значення «палець». Поняття числа «два» імпліцитно включає у себе складові – одиниці, сумарне представлення.

Аналіз індоєвропейських слів, що мають значення «частина, сторона; заперечення єдності», дозволяє назвати серед споріднених найдавніші основи *\*k<sup>h</sup>ana/\*k<sup>h</sup>ina*, *\*tina/\**, пов'язані з найменуванням руки. Зазначені архетипи тісно стикаються зі значенням, закладеним у числі «один».

Зародження уявлення про число «три» відбувалося аналогічно. Тут мало місце виділення також «частини, одиниці», але не як одного із членів бінарного протиставлення, а шляхом утворення нової частини у вигляді проміжної ланки поміж «одиницями двійки».

Індоєвропейська праформа числа «чотири» має у собі смисл 'два і два' і представляє собою подвоєну «двійку» або суму 3 та 1.

Словесні структури, які виражають кількісну сукупність у п'ять одиниць, у більшості мов представляють собою триконсонантні утворення, у яких чітко розрізняються два компоненти: перший із них у вигляді бінома має синонімічне вираження типу *\*k<sup>h</sup>ana-*, *\*repa-* із значенням «рука» і другий, що знаходиться у постпозиції, представлений у вигляді *\*-k<sup>h</sup>a* із загальним значенням «один». Тобто п'ять стало результатом додавання 4 + 1.

У результаті аналізу індоєвропейських найменувань числа «10» можна погодитися з традиційною точкою зору, згідно якій реконструюється індоєвропейська праформа *\*dekm*, що розглядається як складне утворення типу *\*de-ktm* з первинним значенням «дві жмені, дві охапки (рукою)».

Числа 11 та 12 мали у германців тлумачення: 11 «одну-руку (добавити до 10)», 12 «дві-руки (добавити до 10)».

Наук. керівник - Швачко С.О., д. філол. н., проф.

# ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ АНГЛОМОВНОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ

Помазан В. І., студ. ПР-63

Комп'ютерний дискурс як одна з ділянок мовної картини світу служить для опису та маніфестації віртуального буття. Він будується як термінологічна система, засобами якої досліджується специфіка комп'ютерних технологій як головної науково-технічної галузі англomовного суспільства. Комп'ютерний дискурс характеризується розмаїтістю тем, змішанням слів, що належать до різних лексичних шарів, сполученням наукових термінів і розмовних слів, піднесеної і грубої лексики, що, безсумнівно, надає специфіки комп'ютерній комунікації. В комп'ютерному дискурсі відбувається вдале поєднання вербальних і невербальних засобів комунікації.

Комп'ютерний дискурс можна також розглядати як систему поєднання особливих позначок, смайлів, абревіатур, що за певних умов частково або повністю замінюють вербальне спілкування. Основними складовими комп'ютерного дискурсу є електронний текст, структуру якого складають вузли, з'єднання, мережі, аудіо- і зображальні елементи, і термін. Ключем до розуміння комплексної сутності комп'ютерного дискурсу постає слово, і в першу чергу мовне новоутворення – неологізм.

Емоційна забарвленість є специфічною ознакою комп'ютерних термінів, що відображається в особливому найменуванні тих чи інших програм та елементів комп'ютерної системи.

Основними способами утворення неологізмів англomовного комп'ютерного дискурсу є семантична інновація, композиція та афіксація.

Надання нового значення вже існуючим лексичним одиницям або семантична інновація є чи не найпоширенішим способом утворення нових термінологічних одиниць. До такого способу творення неологізмів англomовного комп'ютерного дискурсу можна віднести такі лексичні одиниці, як menu, file, to quit, to hang, word, address та ін. Загалом семантичні інновації, що пов'язані насамперед з Інтернетом, характеризують вплив новітньої техніки на різні аспекти громадського життя. Так, виникають нові словосполучення на позначення розриву між поколіннями та навіть націями в результаті впливу глобальної комп'ютерної мережі. Наприклад, knowledge gap як інформаційна прірва між західним і східним світами, особливо

мусульманським. "Комп'ютерний розрив" в галузі освіти між викладачами та учнями, спричинив появу нового терміна "net-savvy" для позначення "інтернет-грамотних" учнів.

Поширеним способом утворення комп'ютерних неологізмів також є композиція. Численними є новоутворення, що виникли шляхом простого складання основ без з'єднувального елемента: keyboard, filename, software, spreadsheet, backspace, chipset, etc. Ці терміни є прикладом новоутворень, значення яких є сумою значень складових елементів. При утворення нової лексичної одиниці не відбулося семантичного зсуву її складових частин.

Терміни комп'ютерного дискурсу також утворюються за допомогою афіксації. Варто зазначити, що термінам даної області притаманні як широковживані афікси, так і афікси суто комп'ютерної термінології. Так, за допомогою поширеного префікса dis- утворений термін "disimmunize", що означає знімати захист від вірусів. Найпоширенішими афіксами є techno-, tele-, wire-, cyber-, web-, dot-, -net (cyberclinics, hotdot, wirehead).

Скорочення (абревіатури, акроніми і телескопізми) як засіб утворення слів залишається одним із найбільш продуктивних у сучасній англійській мові, що пояснюється тенденцією до збільшення темпу життя і до економії мовних засобів. Найпоширенішим є ініціальне скорочення типу e-banking, e-trade, e-life.

Акроніми надають комп'ютерному дискурсу максимальної інформативності та змістовної насиченості: TEOTWAWKY (The end of the world as we know it).

Складноскорочені слова, що утворюються шляхом з'єднання апокопи одного слова з афезою іншого слова, тобто за моделлю  $ab + cd \rightarrow ad$ , називають повними телескопізмами. За цією моделлю, як і у попередні роки, утворюється найбільша кількість лексичних інновацій як оказіонального, так і узуального характеру.

Досить цікавим є дослідження тієї лексики, яку вживають безпосередньо під час віртуального спілкування. Вражає кількість абревіатур, які вживають протягом комп'ютерного листування. Такі абревіатури замінюють не тільки слова, а й цілі речення, і навіть фразеологічні утворення. Таким чином, абревіатури є яскравим показником бурхливої тенденції до економії мовних засобів, спрощення структур мови й мовлення, а отже, і значної економії часу.

Сфера новітньої інформаційної техніки – це не тільки важливий постачальник інновацій в англійську мову, але і сфера зародження якісних змін у системі словотвору.

Наук. керівник – Таценко Н.В., *ст. викладач*

## ЕТИМОЛОГІЯ КАЛЕНДАРНИХ НОМІНАЦІЙ (ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ)

Наливайко О., студ. гр. ПР-74,  
Єгорова О., асп.

Мова виступає акумулюючим засобом пізнавальних процесів людства. Результати цієї когніції проходять етапи концептуалізації та вербалізації. Об'єктом дослідження виступає походження назв місяців в романо-германських мовах, предметом – визначення їх висхідних значень. Дослідженням у сфері етимології присвячена велика кількість робіт вітчизняних та зарубіжних лінгвістів (Швачко С.О., Тредіаковський В. К., Ліберман А. С., Пізані В. та ін.). Проте, проведення типологічних паралелей та встановлення етимологічних витоків лексичних одиниць залишається актуальним питанням і зараз.

Етимологія досліджує як слова, успадковані з попередніх епох розвитку мови, що виникли на власному мовному ґрунті, так і слова-запозичення. Дослідженням походження власних імен та назв займається окремий розділ етимології – ономастика. Основою етимологічного аналізу є порівняльно-історичний метод. Головним завданням цього методу виступає встановлення зв'язків споріднення слів між лексичними одиницями зі спільними витоками.

Назви місяців у низці європейських мов походять від латинської мови. Оскільки завданням етимології є дослідження шляхів переходу лексичних одиниць з однієї мови в іншу, то можна стверджувати, що назви місяців являють собою кальки з латини.

За етимологією найменування місяців у романо-германських мовах можна умовно поділити на 4 групи. Однією з передумов утворення досліджуваних календарних номінацій є міфологічне бачення. Так, першу групу назв місяців у дистантних мовах отримала номінації на честь одного з богів (див. табл. 1)

Таблиця 1

	<i>Januarius</i>	<i>Martius</i>	<i>Aprilis</i>	<i>Majus</i>	<i>Junius</i>
<i>Нім.</i>	Januar	März	April	Mai	Juni
<i>Англ.</i>	January	March	April	May	June
<i>Італ.</i>	Jennaio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
<i>Ісп.</i>	Enero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<i>Швед.</i>	Januari	Mars	April	Maj	Juni
<i>Лат.</i>	від Janus - Янус	від Mars, Martius - Марс	від aperire - "відкривати" (початок тепла), або	від Juppiter Majus - Юпітер	від Junia - Юнона.

			на честь Афродіти		
--	--	--	----------------------	--	--

До другої групи можна віднести назви місяців, що мають числівникове походження, що говорить про сакральність поняття числа в житті давніх народів. Порядок календарних назв у Давньому Римі не співпадає з існуючим у наш час порядком. Наприклад, мовні позначення місяця грудня в основі мають число 10, а не 12. Це пояснюється тим, що у римлян рік тривав десять місяців і починався з березня., а грудень був останнім десятим місяцем. (див. табл. 2)

Таблиця 2

<b>Нім.</b>	September	Oktober	November	Dezember
<b>Англ.</b>	September	October	November	December
<b>Італ.</b>	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
<b>Ісп.</b>	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Швед.</b>	September	Oktober	November	December
<b>Походження</b>	від septem -сім	від octo - вісім	від novem - де'в'ять	від decem - десять

До третьої групи належать календарні номінації на честь великих імператорів. Спочатку ці дві номінації мали числівникове походження: Quinctilis та Sextilis, але пізніше вони були трансформовані у Julius (на честь імператора Юлія Цезаря) та Augustus (на честь імператора Августа) (див. табл. 3).

Таблиця 3

	<b>Нім.</b>	<b>Англ.</b>	<b>Італ.</b>	<b>Ісп.</b>	<b>Швед.</b>
<b>Julius</b>	Juli	July	Luglio	Julio	Juli
<b>Augustus</b>	August	August	Agosto	Agosto	Augusti

Окремо треба зазначити етимологічні номінації місяця *Februarius*, що не входить у рамки вище зазначених груп, оскільки його назва походить від латинського дієслова *februare* – "чистити", який, таким чином, символізував місяць очищення (*Februa*).

Таблиця 4

	<b>Нім.</b>	<b>Англ.</b>	<b>Італ.</b>	<b>Ісп.</b>	<b>Швед.</b>
<b>Februarius</b>	Februar	February	Febbraio	Febrero	Februari

Таким чином, сучасні романо-германські мови акумулювали культурні надбаня Давнього Риму у системі календарних номінацій. Перспективним вважаємо подальше типологічне дослідження календарних назв у романо-германських та слов'янських мовах.



## ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СЛУЖБОВОГО ДЕНУМЕРАТИВУ *ONLY*

Лопатіна Н.О., студ. ПР-52

Квантитативні одиниці пройшли складний шлях і характеризуються притаманною їм структурою, семантичним наповненням та функціями. Кількісні відношення, об'єктивні і конкретні в своїй основі, в пізнавальній практиці відображаються як точно, так і приблизно, що зумовлено дієвістю цілого ряду факторів – просторово-часовими чинниками, метою, яку ставить перед собою дослідник, та технологічними процесами.

Поняття приблизної кількості корелює з невизначеною множинністю та величиною. Граматичні засоби вираження невизначеної кількості називаються в лінгвістичній літературі первинними актуалізаторами. До вторинних актуалізаторів відносять лексичні засоби. В англійській мові значення кількості номінують повнозначні і службові (синсемантичні) слова. Серед корпусу квантитативних слів виокремлюють лексему *only*. Дана лексема зазнала впливу гіпостазису (переходу із однієї частини мови в іншу, при конверсії). Спрощений композит *only* (*one-+like=компресія-only*) позначений в сучасній англійській мові поліфункціональністю.

*The only aristocratic trait they could find in the character was a habit of drinking Madeira (W.S. Maugham, The Moon and Sixpence, p.123).* У цьому випадку лексема *only* виступає прикметником «єдина». *Jon's only a member in the list to him (W.S. Maugham, Cakes and Ale or the Skeleton in the Cupboard, p.67).* У даному реченні *only* виступає часткою-інтенсифікатором.

*He makes good resolutions, only he never keeps them (W.S. Maugham, The Moon and Sixpence, p.164).* У даному випадку *only* виступає протиставним сполучником («але»). *But both Captain Nichols and Strickland were bound East, and it chanced that the only opportunities for signing on were with ships sailing West (W.S. Maugham, The Moon and Sixpence, p.149).* *Only* виступає прикметником («єдині»).

Сполучення *only one* перекладається на українську мову також як «єдиний». Наприклад:

*There is only one thing for her to do, and that is to divorce him (W.S. Maugham, The Moon and Sixpence, p.154).*

Семантична еволюція лексеми *only* є вельми актуальною в руслі сьогодення.

Наук. керівник - Швачко С.О., д.філол.н., проф.

## ВЕКТОР ДЕНУМЕРАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ

Белан Н., студ. ПР-53,  
Піддубна І., студ. ПР-52

Денумеральні утворення мають неабияке значення для лінгвістичних досліджень сьогодення, і в даній роботі була зроблена спроба знайти та проаналізувати приклади денумеративів на матеріалі художнього твору Данієли Стіл (Danielle Steel) "Kaleidoscope" (Guild Publishing London, 1987. – 375 p.).

На основі вибраних 100 прикладів денумеративів був проведений аналіз, у результаті якого ми дійшли до наступного висновку: частка *alone* склала 6% та *only* – 28%. Для подальшого дослідження прослідкуємо етимологію денумеральних утворень *alone* и *only* та їхні значення у реченнях.

*Alone* семантизує в якості прикметника наступні значення:

- 1) єдиний, один, одинокий, самотній, поодинокий
- 2) без сторонньої допомоги, сам, сам один

І в якості прислівника:

- 1) виключно, єдино, лише, тільки
- 2) на самоті, самотинно, самотньо, одиноко

Етимологія *alone*: староанглійський варіант *al one*, буквально: *all (entirely) one, all but one*.

*Alone* в якості прикметника утворюється шляхом словоскладання (*compression or composition*):

1. He didn't want to be *alone* forever [p.243].
2. It was terrible to think about her angry and *alone*, and then he realized that there might be a lot more to her current life than he knew [p.292].
3. She needed to be *alone* with her work and she had always felt he should be married and have children [p.295].

Як прислівник *alone* утворюється за допомогою конверсії (*conversion*). Це вторинна деривація (*adjective* → *adverb*).

1. "Why does Daddy go out *alone*?" Axelle asked casually with a mouth full of food, and Marië-Louise frowned disapprovingly [p.164]
2. And she was probably right. She was happier *alone* [p.243].

*Alone* також має наступні значення:

- 1) if you are alone in a place, there is no one with you:

*You shouldn't leave a child alone in the house.*

*My wife and I like to spend time alone together away from the kids.*

- 2) without any friends or people you know:

*It was scary being all alone in a strange city.*

*She was all alone in the world*

3) feeling unhappy and lonely:

*I cried like a child because I felt so alone.*

Можна навести наступні сталі вирази з лексемою alone:

- 1) you/he etc alone – *Julie alone knew the truth.*
- 2) go it alone – *After years of working for a big company I decided to go it alone.*
- 3) let somebody alone – *'Leave me alone!' she screamed.*
- 4) leave something alone – *Leave those cakes alone. They're for the guests.*
- 5) leave well (enough) alone (=not change something that is satisfactory) – *In economic matters, they should leave well alone.*
- 6) be yours/hers/his etc alone – *The responsibility is yours and yours alone.*
- 7) not be alone in (doing) something – *You're not alone in feeling upset, believe me.*

Наступним прикладом денумерального утворення є лексема only, яка виступає у якості:

- прикметника: 1) єдиний; 2) одинокий; 3) виключний, неповторний, незрівнянний, унікальний
- прислівника: 1) тільки; 2) виключно; 3) тільки-но; 4) лише
- частки (particle)

Етимологія: староанглійський варіант *ānlic*, от *ān ONE* + *-lic -LY*.

Only в якості прикметника утворюється шляхом афіксації (суфікс *-ly*):

1. The *only* surprise she got was then she went to the doctor [p.194].
2. And the *only* thing he regretted was that they had never had any children [p.216].
3. The *only* time she noticed his life was when in enraged her [p.225].
4. The *only* thing his parents regretted for him was that he had divorced [p.237].
5. My six year old granddaughter is the *only* person I know who looks comfortable here [p.259].

Денумеральні утворення, головним чином, утворюються шляхом словоскладання та конверсії, що являє інтерес для подальшого дослідження.

Наук. керівник - Швачко С.О., д.філол.н., проф.

## ЗМІСТ

<b>Товстолиткіна М.В. СІМЕЙНИЙ КОНФЛІКТ МІЖ ПОКОЛІННЯМИ.....</b>	<b>3</b>
<b>Лисянський В.Н. СЕМЕЙНЫЕ КОНФЛИКТЫ МЕЖДУ СУПРУГАМИ.....</b>	<b>5</b>
<b>Никоненко А.І. МІЖНАЦІОНАЛЬНІ КОНФЛІКТИ.....</b>	<b>7</b>
<b>Головченко І.А. РЕЛИГИОЗНЫЕ КОНФЛИКТЫ.....</b>	<b>9</b>
<b>Політучий С. А. ПОЛІТИЧНІ КОНФЛІКТИ.....</b>	<b>11</b>
<b>Постол М. А. МОЛОДЕЖНЫЕ КОНФЛИКТЫ.....</b>	<b>13</b>
<b>Контарев В.А. РЕЛІГІЯ І КОНФЛІКТИ.....</b>	<b>16</b>
<b>Шагарова І. В. АРТТЕРАПІЯ.....</b>	<b>18</b>
<b>Погарський М.В. АНАЛІЗ ВИРАЗУ ОБЛИЧЧА ЛЮДИНИ ТА ЇЇ МОТОРИКИ І МІМІКИ ЧЕРЕЗ ЗОБРАЖЕННЯ НА ПОРТРЕТІ.....</b>	<b>19</b>
<b>Шматко С. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ.....</b>	<b>22</b>
<b>Бересток Т.О. ПОНЯТТЯ КОНФЛІКТУ ТА СПОСОБИ ЙОГО ВИРІШЕННЯ.....</b>	<b>24</b>
<b>Рипун О.М. СТАВЛЕННЯ МОЛОДІ ДО ВЖИВАННЯ СПИРТНИХ НАПОЇВ.....</b>	<b>27</b>
<b>Гончаренко О.О. ПОНЯТТЯ ІНТУЇЦІЇ ТА СТАВЛЕННЯ ДО НЕЇ ЛЮДЕЙ.....</b>	<b>29</b>
<b>Рогоз В. М. ВПРАВИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ПАМ'ЯТІ.....</b>	<b>31</b>
<b>Білоус Я.О. САМОРЕГУЛЯЦІЯ ТА САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧИННИК ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>32</b>
<b>Толбатов С.В. МЕТОДИКИ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТА.....</b>	<b>34</b>
<b>Король С.М. ЄВРОРЕГІОНИ УКРАЇНИ: МЕТА СТВОРЕННЯ.....</b>	<b>38</b>
<b>Переломов А. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В КОМУНІКАТИВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ.....</b>	<b>40</b>
<b>Бойко К. О., Чепелюк А. Д. ТЕКСТИ МАЛОГО ЖАНРУ.....</b>	<b>42</b>
<b>Беспалова А., Косенко Ю. В. РАССТРОЙСТВА КОММУНИКАЦИИ У ДЕТЕЙ.....</b>	<b>43</b>
<b>Іванова А.А. ГРА СЛІВ НА СИНТАГМАТИЧНОМУ РІВНІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....</b>	<b>44</b>
<b>Габрелян В.В., Кобякова І.К. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ.....</b>	<b>45</b>
<b>Гостева А., Руденко Н.В. СТАТУС ЗООМОРФІЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ: ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....</b>	<b>47</b>
<b>Denysenko Yana CONFLICTS.....</b>	<b>49</b>

<b>Давиденко А. В. ХУДОЖНІЙ І ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ.....</b>	<b>50</b>
<b>Дворник Н.О. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕТИЧНИХ ТВОРІВ.....</b>	<b>52</b>
<b>Дорошенко І. В., Медвідь О. М. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНІВ НА ТЛІ ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ.....</b>	<b>53</b>
<b>Журба І. Ю., Медвідь О. М. МОВЛЕННЄВІ МОДИФІКАЦІЇ В ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>55</b>
<b>Кавун Ю.В. ПРОБЛЕМАТИКА ВЛАСНИХ НАЗВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ).....</b>	<b>56</b>
<b>Кальченко К.В., Швачко С.О. ЕТИМОЛОГІЧНІ ВИТОКИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ.....</b>	<b>57</b>
<b>Кожемякін А.В., Дорда В.О. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ.....</b>	<b>58</b>
<b>Кожушко І. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСЬКИХ СЛЕНГІВ.....</b>	<b>60</b>
<b>Кальченко А. ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ЯК ПОЛІВЕКТОРНІ МАРКЕРИ КІЛЬКОСТІ.....</b>	<b>62</b>
<b>Колесник Н.О. МОВЧАННЯ ТА ІНШІ ЗАСОБИ НЕВЕРБАЛКИ.....</b>	<b>64</b>
<b>Красько Н.А., Косенко Ю.В. ГРА СЛІВ І КАЛАМБУР, ЯК ЇЇ РІЗНОВИД: ВИТОКИ І ФУНКЦІЇ.....</b>	<b>65</b>
<b>Ляпа А., Косенко Ю.В. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ.....</b>	<b>66</b>
<b>Ліхіна Г.О. СТАТУС ЗООМОРФІЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ: ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....</b>	<b>67</b>
<b>Луценко Д. КОМПЛІМЕНТ ЯК РЕГУЛЯТИВНИЙ МОВЛЕННЄВИЙ АКТ.....</b>	<b>69</b>
<b>Покущенко Ю. О. АНТОНОМАЗІЯ ЯК МАРКЕР АВТОРСЬКОГО СВІТОГЛЯДУ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ J. GRISHAM "THE RAINMAKER").....</b>	<b>70</b>
<b>Поляков І.С. МЕТАФОРИЗАЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ТВОРЕННІ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ.....</b>	<b>72</b>
<b>Прокопів І.В. ГРА СЛІВ: ВИНИКНЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ.....</b>	<b>74</b>

<b>Сенченко Ю. І. ЛІНГВО-КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ МЕТАФОР АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (НА МАТЕРІАЛІ ПІСЕННОГО ДИСКУРСУ).....</b>	<b>76</b>
<b>Стукало В.Г., Дегтярьова Л.І. СТРАТИФІКАЦІЯ МОВНИХ ОДИНИЦЬ НА ТЕРИТОРІЇ НІМЕЧЧИНИ.....</b>	<b>77</b>
<b>Єрмоленко А.І. МОВЧАННЯ В КОМУНІКАТИВНОЇ ТЕОРІЇ СПІЛКУВАННЯ.....</b>	<b>79</b>
<b>Шелехова О.В., Баранова С.В. КЛАСИФІКАЦІЯ ПРИСЛІВНИКІВ В АВТОРСЬКОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>80</b>
<b>Щербина А., Кириченко О.А. ОСОБЛИВОСТІ АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСЬКИХ СЛЕНГІВ.....</b>	<b>81</b>
<b>Черненко А. ПРОБЛЕМИ КОНФЛІКТІВ У СПІЛКУВАННІ ЛЮДЕЙ.....</b>	<b>82</b>
<b>Фараджулаєва С.І. ФЕНОМЕН СПУСТОШЕНИХ СЛІВ.....</b>	<b>83</b>
<b>Чемерис Н.О. СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ МОВНИХ ОДИНИЦЬ.....</b>	<b>84</b>
<b>Черток М. АКСИОЛОГІЧНА ПРАГМАСЕМАНТИКА АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ.....</b>	<b>85</b>
<b>Шевкунова В. Б. ПРИРОДА КОМУНІКАТИВНОГО МОВЧАННЯ.....</b>	<b>87</b>
<b>Шечкова К. В., Медвідь О. М. СТРУКТУРНО – СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ.....</b>	<b>88</b>
<b>Яременко Ю., Герман М.В. КОМПЮТЕРНИЙ ЖАРГОН ВАСПЕКТИ ГЕНДЕР ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....</b>	<b>90</b>
<b>Якубович А.В, Чернюк Н.І. ЗАСОБИ ПЕРЕДАЧІ НЕВПЕВНЕНОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>92</b>
<b>Буката М. СИЛЕНЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ У МУЗИЦІ.....</b>	<b>94</b>
<b>Харченко О. ІМПЛІЦИТНИЙ СЧЕТ.....</b>	<b>96</b>
<b>Кобяков О.О. ГРАФІЧНА НЕВЕРБАЛКА.....</b>	<b>98</b>
<b>Антипіна О.В. АНАЛІТИЧНІ ФОРМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>100</b>
<b>Пирог І.М. ЕЛІПТИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ, ЇХ ОСОБЛИВОСТІ ТА СИНТАКСИЧНІ ФУНКЦІЇ НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ.....</b>	<b>101</b>
<b>Бацман О.О., Чернюк Н.І. СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ ЛЕКСИКИ З ПОЗНАЧЕННЯМ КОЛЬОРУ ТА ЙОГО ВИРАЖЕННЯ У ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....</b>	<b>103</b>

<b>Виноградська Ю. О., Чуланова Г.В. АНГЛОМОВНА РЕКЛАМА У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ.....</b>	<b>105</b>
<b>Виходець К.В. ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКОЇ МЕТАФОРИ НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ АНГЛІЙСЬКОГО АВТОРА ОСКАРА УАЙЛЬДА.....</b>	<b>106</b>
<b>Возна Д.В., Приходько Н.А. СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТВОРІВ ДЖАНЕТ ІВАНОВИЧ.....</b>	<b>107</b>
<b>Заскока В., Баранова С.В. МЕТАФОРА В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ У СВІТЛІ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ.....</b>	<b>108</b>
<b>Більченко Т. РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПУ ВВІЧЛИВОСТІ В ХУДОЖНЬОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>109</b>
<b>Бугрик Є., Швачко С.О. МОДЕЛЮВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ВТОРИННИХ ТЕКСТІВ: ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ.....</b>	<b>110</b>
<b>Горенко В.М., Швачко С.О. СЕМАНТИЧНА ДЕВІАЦІЯ АНГЛІЙСЬКИХ ЧИСЛІВНИКІВ: АСПЕКТИ СПУСТОШЕНИХ СЛІВ.....</b>	<b>111</b>
<b>Коваленко Ю. С. ESTUARY — ЯК ОСТАННІЙ СТАНДАРТ АНГЛІЙСЬКОЇ ВИМОВИ.....</b>	<b>113</b>
<b>Лущикова Ю. О. ФЕНОМЕН КОНКРЕТИЗАЦІЇ ТА АБСТРАГУВАННЯ В СФЕРІ ІМЕННИКА В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>115</b>
<b>Малютіна Ю. СЕМАНТИЧНЕ БУТТЯ АНГЛІЙСЬКОГО ДЕНУМЕРАТИВА <i>BETWEEN</i>.....</b>	<b>116</b>
<b>Меншун Ю. О. ШЛЯХИ ПОПОВНЕННЯ СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....</b>	<b>117</b>
<b>Сінявіна Д.Є. ІНГВОКОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОГО КОМЕРЦІЙНОГО КОНТРАКТУ.....</b>	<b>118</b>
<b>Тернова О., Косенко Ю. В. ТЕРИТОРІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ АНГЛОМОВНИХ ОДИНИЦЬ.....</b>	<b>119</b>
<b>Терещенко А., Бондаренко Ю.С. АНГЛІЙСЬКІ ФОРМУЛИ-РЕАКЦІЇ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ДІАЛОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....</b>	<b>120</b>
<b>Хантіль М.Б. СУБСТАНТИВАЦІЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>122</b>
<b>Якущенко Ю., Чепелюк А. Д. ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗІВ У КОНКРЕТНІЙ ПОЕЗІЇ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>123</b>
<b>Богданович К. ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ НЕНОРМАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ ТА СЛЕНГУ.....</b>	<b>125</b>

<b>Голофост В.Г., Свирид А.М. ЛІНГВО-КОГНІТИВНІ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ ЕВФЕМІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ).....</b>	<b>127</b>
<b>Лихина А.А, Дорда В.А. ПЕРЕВОД САЙТОВ: ЖИЗНЕННО ВАЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛІЗАЦІИ.....</b>	<b>129</b>
<b>Лопатіна Н. ПЕРЕКЛАД ЛАКУНІЗОВАНИХ ЕЛЕМЕНТІВ МОВИ.....</b>	<b>131</b>
<b>Слабко І., Кобякова І.К. КОМУНІКАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ІМПЛІЦИТНОСТІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ.....</b>	<b>133</b>
<b>Кищик А.С. БЕЗЕКВІВАЛЕНТНА КОМП'ЮТЕРНА ЛЕКСИКА ТА СПОСОБИ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ.....</b>	<b>134</b>
<b>Кобяков О.О. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ І СПОСОБИ ВИЯВЛЕННЯ ПРИХОВАНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ.....</b>	<b>136</b>
<b>Тарасенко О. КАТЕГОРІЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ В НЕТИПОВИХ ТЕКСТАХ.....</b>	<b>137</b>
<b>Natalia Dereza THE USE OF ABBREVIATIONS. THE TRANSLATION OF ABBREVIATIONS.....</b>	<b>139</b>
<b>Васюхно Л.В., Сіроштан О.О. ДЕНУМЕРАТИВИ ONCE, TWICE, THRICE.....</b>	<b>140</b>
<b>Горенко В.М., Дорда В.О. СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ З НУМЕРАЛЬНИМ КОМПОНЕНТОМ – ЧИСЛІВНИКОМ НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ.....</b>	<b>142</b>
<b>Ігнат'єва О. ФУНКЦІОНУВАННЯ ДЕНУМЕРАТИВІВ У ХУДОЖНЬОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>144</b>
<b>Купресенкова А.В., Дегтярьова Л.І. ЕТИМОЛОГІЧНІ ВИТОКИ ЧИСЛІВНИКІВ. ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....</b>	<b>146</b>
<b>Лелюк Л.С., Косенко Ю.В. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОМПЬЮТЕРНЫЙ ДИСКУРС.....</b>	<b>148</b>
<b>Неліна О. Г. ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ПРЕДМЕТНОГО ЕТАПУ ЧИСЛІВНИКІВ.....</b>	<b>149</b>
<b>Помазан В. І. ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ АНГЛОМОВНОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ.....</b>	<b>150</b>
<b>Наливайко О., Єгорова О. ЕТИМОЛОГІЯ КАЛЕНДАРНИХ НОМІНАЦІЙ (ТИПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ).....</b>	<b>152</b>
<b>Лопатіна Н.О. ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СЛУЖБОВОГО ДЕНУМЕРАТИВУ ONLY.....</b>	<b>154</b>
<b>Бєлан Н., Піддубна І. ВЕКТОР ДЕНУМЕРАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ.....</b>	<b>155</b>



**Наукове видання**

**МАТЕРІАЛИ  
НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ВИКЛАДАЧІВ, АСПІРАНТІВ,  
СПІВРОБІТНИКІВ ТА СТУДЕНТІВ  
ГУМАНІТАРНОГО ФАКУЛЬТЕТУ  
(Суми, 19-24 квітня 2010 року)**

**Частина друга**

**Відповідальний за випуск Л.П.Валенкевич  
Комп'ютерне верстання С.М.Кищик  
Стиль та орфографія авторів збережені.**

**Підписано до друку 14.04.2010р.  
Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 9,53. Обл.-вид. арк. 9,44. Тираж 50 пр.  
Зам. № 478.**

**Видавець і виготовлювач  
Сумський державний університет  
вул. Римського-Корсакова, 2. м.Суми. 40007  
Свідоцтво суб'єкта SUMY STATE UNIVERSITY ід 17.12.2007р.**

