

номінаційних засобів. Мова як динамічна система постійно поповнюється новоутвореннями, що відображають екстралінгвістичні зміни. На кожному етапі розвитку суспільства можна виділити певні сфери соціального життя, соціального середовища, які розвиваються найбільш динамічно, найбільш бурхливо. Саме сфери найбільшого розвитку є не тільки «джерелами» нової лексики, але й сферами зародження певних тенденцій у лексико-семантичній та словотворчій системах мови взагалі.

ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІ ЗАПОЗИЧЕНИХ НЕОЛОГІЗМІВ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Доп. – Булигіна А., ПР-31

Наук. кер. - канд.філол.наук, доц. Медвідь О.М.

Роль запозичень в різних мовах неоднакова і залежить від конкретно-історичних умов розвитку кожної мови. В англійській мові відсоток запозичень значно вищий, ніж в багатьох інших мовах, тому що за історичних обставин він є дуже проникливим. Англійська мова більш, ніж будь-яка інша мова, мала можливість запозичувати іншомовні слова в умовах прямого безпосереднього контакту: спочатку в середині сторіччя від загарбників, що змінювали один одного на Британських островах, а пізніше – в умовах торгівельної експансії і колонізаторської активності самих англійців. Не можна вважати, що роль слів в мові визначається тим, чи є воно запозиченим, чи передвічним.

Впродовж останніх десятиріч в англійській мові, як і в багатьох інших, виникла велика кількість нових слів, що призвело до необхідності їх безпосереднього вивчення та опису. Тенденція виникнення нових слів досить зрозуміла - це своєрідне бажання полегшити мову й вдосконалити її, орієнтуючись на нове покоління і його переваги у спілкуванні. Це, в свою чергу, викликало появу зовсім нової галузі лінгвістики – неології – науки про неологізми, в сферу діяльності якої входить виявлення нових слів та значень, аналіз

факторів їх появи, вивчення засобів їх утворення, розробка принципів відношення до них (їх прийняття чи неприйняття носіями мови) та їх лексикографічної обробки (фіксація в словниках та затвердження значень). На сучасному етапі просліджується новий поштовх до більш уважного і детального вивчення неологізмів, відбувається внаслідок швидкого зростання їх кількості, тобто найчастіша поява нових реалій закономірно вимагає прискорення процесу номінації. Такими закономірностями зумовлена поява значної кількості робіт англійських та американських дослідників, що розробляють різні аспекти неології. Цим питанням займалися такі вчені як Тиховець Н.М, Беляєва Т.М., Хомяков В.А, Жлуктенко Ю.А., а також Гальперин И.Р. Англійський вокабуляр продовжує обновлятися й поповнюватися новими одиницями. За деяким даними, у середньому за рік в англійській мові з'являється близько 800 нових слів.

Основною мовою-джерелом залишається французька мова. За останні 25 років дуже зменшилась чисельність скандинавських запозичень. Новою тенденцією є зростання запозичень з африканських та азіатських країн, особливо із японської. Основними центрами атракції нових запозичень є:

- 1) культура: *cinematheque, discotheque, anti-roman* (з французької);
- 2) суспільно-політичне життя: *ayatollah* (з арабської), "релігійний вождь ісламської секти *Shzite* в Ірані" (слово стало відомим з січня 1979 року, коли після скидання шаха Ірану до влади прийшов Аятола Хомейні);
- 3) повсякденне життя (*напої, їжа, спорт, одяг*): *petit, dejeuner* (фр.) "невеликий сніданок";
- 4) науково-технічний прогрес: *biogeocoenose* (із російської) "екологічна система", *dolche vita* (з італійської) "солодке життя").

Існуючі в словниковому складі мови запозичені неологізми можна класифікувати: по джерелу запозичення; по тому, який аспект слова запозичений; за ступенем асиміляції.

Актуальність даного дослідження визначає недостатня вивченість процесів запозичення слів, що відбувається на сучасному етапі розвитку, неповна визначеність багатьох ключових понять. До факторів, що впливають на виникнення нових одиниць (і на всю систему словотвору в цілому) як правило відносяться: екстралінгвістичні фактори – науково-технічний та соціальний прогрес, поширення інформаційного потоку і необхідність передати його з найменшими витратами часу і місця, лінгвістичні фактори – тенденція до мовної економії, прагнення до аналітичності.

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНИХ АКТИВ

Доп. – Подліняєва І., ПР-31

Наук. кер. - канд. філол. наук, доц. Медвідь О.М.

Сучасна транснаціональна економіка, що проголосила про глобальну соціально-економічну систему, здатну об'єднати комерційні інтереси всіх рас і народностей, пропонує нові варіанти створення рекламної діяльності, у якій специфічні особливості національного поведіння нівелюються й асимілюються в деякому «транскультурному рекламному просторі». До кінця двадцятого сторіччя реклама стала невід'ємним атрибутом культури сучасного суспільства, і вона досить агресивно інкорпорується в культурні моделі різних країн, впливаючи на систему морально-етичних норм і цінностей.

Сьогодні реклама стала «загальним» предметом наукового опису для представників різних наук. Різні міждисциплінарні дослідження розглядають рекламу як засіб продажу товарів і послуг, як засіб впливу на споживчі смаки суспільства, як засіб маніпулювання суспільною свідомістю-і все це можливо лише за допомогою слова.

Слід особливо зазначити, що включення поняття дискурсу в парадигму сучасного дослідження є визначальним, оскільки в ньому поєднується багатоаспектність, полісистемність і багаторівнева функціональність реклами. Дискурсний підхід до