

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 та фразеології, але й сферами зародження певних тенденцій у лексико-семантичній та словотворчій системах мови взагалі.

Таким чином, зміни діяльного досвіду людини ведуть до появи нових та розширення старих фрагментів картини світу, які, в свою чергу потребують фіксації на „мовній” карті світу. Змінюється картина світу, з'являються нові сектори: космонавтики, комп'ютерної техніки, генної інженерії, наркоманії, нові види харчування, нові види протесту. Розширюються традиційні сектори: сектор захворювань, ліків, діагностики. А це значить, що в мові продовжуватимуть з'являтися нові слова, які з часом пройдуть усі стадії соціалізації і лексикалізації, тобто прийняття їх в суспільстві і в мові.

ФРАНЦУЗЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Доп. - Солодовнікова М., ПР-11
Наук. кер. – д.філол. н., проф. Швачко С.О.

Тези присвячені дослідженню французьких запозичень у сучасну англійську мову. Запозичення лексики є результатом зближення людей на ґрунті економічних, політичних, наукових і культурних зв'язків. Яскравим прикладом слугують чисельні французькі запозичення в англійській мові.

У результаті асиміляції (морфологічних, фонетичних і лексичних змін) запозичення втрачають свій образ і не сприймаються як іноземні слова. Шлях, який пройшли запозичення до повної асиміляції, є довгим. У новому середовищі, запозичення змінюють свою семантику і контекстуальне оточення. Набуваючи нових значень, запозичене

слово міняє парадигму сполучень, інтегрує зі словами англійської мови.

Так, французьке слово *rivière* “ріка” витиснуло слово *ēa*, *montagne* “гора” – слово *berz*. А слово *amity* “дружба” не витримало конкуренції з англійським словом *friendship*.

Інтенсивний вплив французької мови на англійську посилюється у XI ст., завдяки нормандському завоюванню. Французькі запозичення цього періоду корелюють з різноманітними сферами життя англійського народу – адміністративною, судовою, релігійною та військовою, літературною сферою та мистецтвом.

Пор.: *authority, assembly, feudal, peasant, servant, country, county, crown, government, nation, parliament, people, power, royal, state, queen, king, army etc.*

Французькі запозичення раннього періоду асимільовані і не відрізняються від англійської лексики. Вони широко використовуються у спілкуванні, відносяться до словникового фонду англійської мови.

Французькі слова, які потрапили в англійську мову після XV ст., зберегли особливості французької фонетики, графіки і виглядають “іноземцями” на новій території. Сфера їх актуалізації обмежена.

Крім слів та словосполучень в англійську мову потрапила велика кількість французьких словотворчих елементів (префіксів, суфіксів), які сприяють утворенню іновацій на новій території.

Пор.: суфікс *-ess-*: *princess, baroness, goddess, murderess*.

Суфікси *-able-*, *-ible-*: *admirable, tolerable, flexible*.

Префікси *dis-* (*disappoint, disown*) та *en-* (*enforce, enclose*) є вельми активними в неогенії.

Гібриди утворюються часто за моделлю: французький корень + англійський суфікс: *troublesome, beautiful, faultless*.

Особливий інтерес викликають французькі слова та вирази, які потрапили в англійську мову у XVIII – XX ст. і зберегли свою форму. Вони сприяють відтворенню специфічної атмосфери, насичують англійську мову фарбами, роблять її яскравою та живою.

Пор.: *tet-a-tet, rendes-vous, vis-à-vis*.

Запозичення є невід'ємним процесом поповнення лексичного складу англійської мови, а тому їх вивчення є актуальним і перспективним у руслі когнітивного процесу.

ПРАГМАТИКО-КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ КАТЕГОРІЇ ПОВТОРУ В АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

Доп. - Ващенко Н., ПР-11

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

В даній роботі розглядається категорія повтору в англомовних інформаційно-реklamних текстах. У роботі здійснюється комплексний аналіз функціонування повторів, що виявляється у дослідженні повтору на фоно-морфологічному та лексико-синтаксичному рівнях, а також як ізоморфного явища у міжрівневій взаємодії. Прагнення до комплексного аналізу мовних явищ зумовило поєднання прагматичного і когнітивного напрямків функціональної лінгвістики, що слугувало встановленню взаємозв'язку між комунікативною та креативною діяльностями людини.

В роботі мова розглядається як знаряддя впливу адресанта на адресата. Робота спрямована на вивчення ролі мовних явищ у людському суспільстві, закономірностей їх вибору в залежності від цілей та завдань комунікації.

Реклама, поряд з мистецтвом, є універсальним засобом інтеграції культур, особливо зараз, коли культурні зв'язки в Європі з кожним днем стають все тіснішими. В наш час реклама являє собою величезний пласт культури, який формує інформаційне середовище сучасної людини.

Мета дослідження полягає у встановленні закономірності оптимального вибору структурно-семантичних різновидів повторів з їх прагматико-комунікативними характеристиками в процесі утворення рекламних текстів для забезпечення найбільшої ефективності впливу повідомлення на адресата.