

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет

# **ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ІННОВАЦІЇ**

## **МАТЕРІАЛИ**

### **VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Суми, 16–17 березня 2017 року)

Суми  
Сумський державний університет  
2017

Вибір таких лексичних засобів передбачає обізнаність користувачів у сфері англійської мови, що є можливим за умов сучасної інтернаціоналізації суспільного життя та масової двомовності. Запозичення англомовної лексики має велике значення не лише для кількісного збагачення словника, але й викликає певні якісні зміни в його структурі та «підіймає» публіцистичний дискур на новий рівень.

## **ПЕЙОРАТИВНА ЛЕКСИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПОЛІТИКА (НА ОСНОВІ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ США)**

*Вольвач В. А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник — канд. філол. наук, доцент Попова О. В.*

Сучасне суспільство стає більш динамічним, а політична комунікація в ньому набуває все більшого значення. Усезростаюча роль політики й політиків у світі, перебування їх у центрі уваги засобів масової інформації, співпраця політичних структур і мас-медіа, активізація виборчого процесу, а також загострення конкурентної боротьби між політиками та політичними силами призвело до необхідності ефективного впливу на суспільну свідомість.

Одна з найважливіших стратегій політичного дискурсу — стратегія ідентифікації, тобто ототожнення політика з народом. Ефективна переконуюча комунікація спрямована на вселяння адресату думки, що лідер — «своя», близька до народу людина. Мовними засобами вираження вказаної стратегії в політичному дискурсі США є використання власне пейоративів.

Функціонування пейоративної лексики значно залежать від лінгвістичного контексту: з одного боку — це конкретизація значення пейоративних прикметників, а з іншого — перетворення слова на таке, яке виражає діаметрально протилежне значення до початкового, наприклад позитивне схвальне значення, інколи доброзичливо-гумористичне, інколи пестливе набуває негативного забарвлення.

Меліоративи, які використовуються, з конкретною позитивною ознакою виступають у певних ситуаціях у якості пейоративів. Відомо, що під час спілкування друзів, закоханих, а також у деяких інших звертаннях пейоративи можуть уживати як вияв дружнього

дражніння, похвали чи як пестливі слова, але часто навпаки пестливі словосполучення та нейтральні слова вживають у контексті для передавання стану відрази, як ось у такому прикладі:

*“Look at that face! Would anyone vote for that? Can you imagine that, the face of our next president? I mean, she's a woman, and I'm not s'posedta say bad things, but really, folks, come on. Are we serious?!”* (CBS News, 09.09.2015).

Нейтральний іменник *face*, який сам по собі не несе жодного негативного значення, у цьому контексті набуває негативну конотацію чогось огидного та бридкого.

За словником Merriam-Webster іменник *face* означає:

- *the front part of the head that in humans extends from the forehead to the chin and includes the mouth, nose, cheeks, and eyes.*

Проаналізувавши значення у англomовному тлумачному словнику, було зроблено висновок, що слово *face* отримало негативну оцінку, лише завдяки макро-контексту (контексту, не одного речення, а цілого висловлювання). Щоб довести правильність цього твердження треба лише відокремити речення зі словом *face* від інших. *“Look at that face!”*. Ні саме слово, ні ціле речення не набувають негативної конотації, це лише трапляється коли ми додаємо наступне речення: *“Would anyone vote for that?”*, яке власне і вказує на негативне відношення автора до дійової особи та надає слову *face* негативної оцінки.

Використання пейоративної лексики, на думку багатьох психологів, може зробити кандидатів більш правдоподібними. Коли ми чуємо, як люди лаються, ми часто припускаємо, що їхні слова є відображенням реальних почуттів та думок. *“I believe that strategic bombing of selected targets in Syria is the best option”*, це — виходить з голови; але *“We're gonna knock the shit out of ISIS”* (TIME, 28.06.2016), виходить із самого серця або, принаймні, так здається.

За даними дослідників з Університету Східної Англії у Норвічі було виявлено, що лайка може зробити робоче місце більш приємним і навіть зміцнити зв'язки між співробітниками. Вони стверджують, що ненормативна мова задовольняє потреби людей, для розвитку і підтримки солідарності та слугує механізмом, для подолання стресу.

Майже три чверті американців — 74%, визнали під час опитування, що часто чують ненормативну лексику в громадських

місях. 64% сказали, що вони використовують f-слово (*fuck*) від декількох разів на тиждень, з них — 30% використовують це слово щодня.

Як показали результати дослідження, політичний дискурс виконує потужну впливову функцію. І якщо брати до уваги загальну поширеність, популярність цього дискурсу, то той лексико-граматичний, стилістичний арсенал, яким користуються політики, перетворюється не лише на предмет соціологічних, психологічних, лінгвістичних досліджень, а й на рушій мовленнєвих і як наслідок мовних змін. Відтак, спроба внести ясність до проблеми пейоративної лексики та її місця у мовленні залишається відкритим для подальших досліджень.

## ПОЛІКОДОВИЙ ТЕКСТ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ДИСКУРСІ СФЕРИ ТУРИЗМУ

*Герман О. Г.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Чуланова Г. В.*

Полікодовий текст – це текст, в якому повідомлення закодовано семіотично різнорідними засобами – вербальними і невербальними компонентами, об'єднання яких має певну структуру, що характеризується проявом взаємозалежності складових як в змістовному, так і в формальному аспектах. Полікодовий текст характеризується як усне, так і письмове спілкування.

В якості невербальних знаків можуть виступати малюнки, фотографії, схеми, реальні предмети навколишнього світу, що становлять предмет спілкування, сюди ж відносяться специфічні тільки для усного спілкування міміку і деякі види жестів. В полікодовому тексті вербальний і невербальний компоненти утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле. Широкого застосування полікодовий текст набув в рекламі, з його допомогою споживач має змогу не лише вивчати опис товарів чи послуг, а й ознайомитися візуально.

Полікодовий рекламний текст в туристичній сфері відіграє життєво важливу роль, адже є необхідним інструментом для розвитку туризму в країні за рахунок надання детальної інформації про місце