



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ ХІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Суми, 25 листопада 2022 року)

Суми
Сумський державний університет
2022

Перекладацькі інновації : матеріали XII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 25 листопада 2022 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. В. Бровкіна та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2022. – 283 с.

У матеріалах подані тези XII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Перекладацькі інновації». До збірника увійшли наукові дослідження, присвячені актуальним проблемам сучасного перекладу, мовознавства, лінгвістики, стилістики, методики та методології сучасних літературознавчих досліджень.

Для мовознавців, перекладачів, викладачів і студентів філологічних та перекладацьких факультетів.

ЗМІСТ

С.

СЕКЦІЯ 1

«Мовна картина світу та міжкультурна комунікація»

МОВОТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ. <i>Василець В. В.</i>	11
ЗМІНА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПІД ВПЛИВОМ ІНТЕРНЕТУ. <i>Волкова Д. В.</i>	13
ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НАЦІОНАЛЬНОГО ГУМОРУ В БРИТАНСЬКИХ КОМЕДІЯХ. <i>Даниленко Л. О.</i>	15
ФУНКЦІОНАЛЬНА ЗНАЧИМІСТЬ АБРЕВІАТУР В АНГЛОМОВНОМУ ЧАТІ. <i>Дубина Я. М.</i>	17
COMPARATIVE ANALYSIS OF SOMATIC PHRASEOLOGY AND ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES. <i>Anjela Kuganova Alimardonovna</i>	19
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АРОМАТОНІМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ. <i>Правдюк Д. С.</i>	23
БАР'ЄРИ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНКАЦІЇ. <i>Ракітіна О. В.</i>	26
ЛЕКСЕМИ З АБСТРАКТНИМ ЗНАЧЕННЯМ В КОНТЕКСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МЕНТАЛЬНОСТІ УКРАЇНЦІВ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ Т. Г. ШЕВЧЕНКА). <i>Роменська С. В.</i>	30
АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ У МЕДІАДИСКУРСІ. <i>Самсоненко К.</i>	33
ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТРОЛІНГУ В АНГЛОМОВНІЙ ЛІНГВО-КУЛЬТУРІ. <i>Сідаш К. С.</i>	35
ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ. <i>Сімакова А. О.</i>	37
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ У СУЧАСНОМУ БРИТАНСЬКОМУ	

ВАРІАНТИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА. <i>Стребуль О. М.</i>	39
DIFFERENT KINDS OF LANGUAGE USED BY MEN AND WOMEN AT SHIRCHIK STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY IN ACADEMIC YEARS 2021/2022. <i>Evelina Maratovna Tasanova, Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li</i>	43
ВАРІАТИВНІСТЬ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ БРИТАНСЬКОГО ТА АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ. <i>Чуднівцев А.</i>	49

С Е К Ц І Я 2

«Дискурсивна лінгвістика: лінгвістичні особливості»

ІНШОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ЯК СПОСІБ ЗБАГАЧЕННЯ СЛОВНИКА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ. <i>Аліфіровець М. М.</i> ..	52
РИТОРИКА ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛІЙСЬКИХ РЕКЛАМНИХ І НОВИННИХ ЗАГОЛОВКІВ. <i>Безугла А. С.</i>	56
СТАТУС ЗАГОЛОВКУ У СТРУКТУРІ ПУБЛІЦИСТИЧНОЇ СТАТТІ. <i>Богданович В. В.</i>	59
СТАТУС ПОНЯТТЯ «НЕЙМІНГ» В АНГЛОМОВНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ. <i>Богомол Ю. С.</i>	61
ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ МІСТ. <i>Братушка Є. В.</i> ...	63
МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ. <i>Васіна А. В.</i>	65
ЖАНРИ КОМУНІКАЦІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ. <i>Гарцунова М. М.</i>	69
ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МАНІПУЛЯЦІЙ (НА ОСНОВІ АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТІВ). <i>Гранкіна Ю. О.</i>	71
ОНЛАЙН-ГЕНЕРАТОРИ БРЕНДОВИХ НАЗВ. <i>Грінченко М. В.</i>	76
НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ В ХУДОЖНЬОМУ	

ДИСКУРСІ. <i>Даценко А. С.</i>	79
МОВНИЙ СЕКСИЗМ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ. <i>Дробуш Н.</i>	84
СИНТАКСИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ ПОСТЕРІВ АНГЛОМОВНИХ КІНОФІЛЬМІВ). <i>Захарченко А.</i>	87
ФУНКЦІОНУВАННЯ СІНОНІМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ. <i>Зацаринний М. В.</i>	89
ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ У СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Іванова Н. І.</i>	90
МОВНІ ЗАСОБИ ФЕЙКОВИХ НОВИН. <i>Клочко О. О.</i>	92
ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ. <i>Ковінько А. П.</i>	94
FEATURES OF ANTHROPONYMS IN CONTEMPORARY ENGLISH LITERARY DISCOURSE. <i>Kozlova V. A.</i>	96
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ГЕНДЕРНОГО ФЕНОМЕНУ У МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Кравчук К. А.</i>	98
ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКО- МОВНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Ляхіна І. Р.</i>	101
СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ТА ФУНКЦІЇ МАРКУВАННЯ ЯК ТЕКСТУ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ. <i>Лук'янова Ю. М.</i> .	103
ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ ПРЕЗИРСТВА В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Луцьова Л.</i>	107
ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЙ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Луцьковська А. О.</i>	108
PROFESSIONAL LEXIS OF ENGLISH-SPEAKING STAND-UP COMEDIANS. <i>Liuta A. V.</i>	111
МОДАЛЬНІСТЬ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНА КАТЕГОРІЯ. <i>Макаренко В.</i>	113

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОРЕКТНОСТІ В МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Мищенко Д. М.</i>	115
ФРАКТАЛЬНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ АНГЛОМОВНОГО КАЗКОВОГО ДИСКУРСУ. <i>Москаленко А. О.</i>	118
ФОРМУВАННЯ ЗБІРНИХ ІМЕННИКІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ФАУНИ. <i>Муштай К. В.</i>	120
ВЕРБАЛЬНА АКТУАЛІЗАЦІЯ СУГЕСТІЇ: ОСНОВНІ ВЕКТОРИ ВИВЧЕННЯ. <i>Нетребич Е. Є.</i>	124
ВІДЕОГРА ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ: ЛІНГВОСИНЕРГЕТИЧНИЙ РАКУРС. <i>Нікітенко В.М.</i> .	126
УТВОРЕННЯ НОВИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНИХ ОНЛАЙН-ЗМІ (НА ОСНОВІ СТАТЕЙ ПРО COVID-19). <i>Овчаренко М. О.</i>	128
ФЕНОМЕН АБРЕВІАЦІЇ В ОНЛАЙН-ДИСКУРСІ. <i>Павлів О. Р.</i>	131
ЛЕКСИЧНІ ТА ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ НЕОЛОГІЗМІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ. <i>Петренко А. О.</i>	133
ЛІНГВІСТИЧНІ ПРОЯВИ ХЕЙТИНГУ В АНГЛОМОВНИХ СОЦМЕРЕЖАХ. <i>Пигуль Д. В.</i>	136
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ. <i>Ревенко А. В.</i>	139
LINGUISTIC FEATURES OF DEBATE IN THE WORLD SCHOOL DEBATE FORMAT. <i>Smolianinova V.</i>	141
НЕПОРОЗУМІННЯ ЯК ТИП ІНТЕРПРЕТАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ РОДИННОМУ ДИСКУРСІ. <i>Тарасенко К.</i>	143
ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ МЕДИЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ. <i>Чуб Я. О., Верещака В. В.</i>	146
ЕМОЦІЙНО-ОЦІННА ЛЕКСИКА В РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ. <i>Шинкаренко Д. Ю.</i>	148

СЕКЦІЯ 3

«Актуальні питання прикладної та когнітивної лінгвістики»

ЛІНГВОСИНЕРГЕТИКА: НОВІТНИЙ РАКУРС ФІЛОСОФСЬКОГО ВИСВІТЛЕННЯ МОВИ. <i>Волик А. С.</i>	152
ЕПАТАЖ ЯК ФЕНОМЕН ЛІНГВІСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ. <i>Заремба А. Д.</i>	154
БАЗОВІ КОНЦЕПТИ ОСВІТНЬОГО ДИСКУРСУ ПРИ ВИВЧЕННІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ. <i>Іщенко Ю. Ю.</i>	157
МЕТАФОРИ В ПРОМОВАХ ФР. Д. РУЗВЕЛЬТА. <i>Курас А. А.</i>	161
ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ DRUGS / НАРКОТИКИ В РОМАНІ ДОННИ ТАРТТ «ЩИГОЛЬ». <i>Савченко А. Ю.</i>	164
ЕТИМОЛОГІЯ СТИГМАТИЗАЦІЇ ТА СЛІВ-СТИГМ. <i>Сьомак О.</i>	166
COMPARATIVE-TYPOLOGICAL ANALYSIS OF LINGUISTIC UNITS OF THE EMOTIONAL CONCEPT IN MULTI-SYSTEM LANGUAGES. <i>Shukurova Shahlo Shukhrat Kizi.</i>	168
ON THE ISSUE OF LITERARY DISCOURSE RESEARCH FROM THE LINGUOSYNERGETIC PERSPECTIVE. <i>Tetiana Shumylo</i>	171
КОГНІТИВНА ЛІНГВІСТИКА ТА КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД В ЛІНГВОДИДАКТИЦІ. <i>Щербак Д. С.</i>	173

СЕКЦІЯ 4

«Перекладацькі студії: традиційні та інноваційні підходи та методики»

DIFFICULTIES IN TRANSLATION PHRASEOLOGICAL UNITS. <i>Dilshoda Abdurakhimova</i>	176
ПРИЙОМ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛІЙСЬКО-МОВНИХ КІНОПОСТЕРІВ. <i>Захарченко А.</i>	180
ХУДОЖНИЙ ПЕРЕКЛАД ЯК СПОСІБ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ. <i>Колодяжна К. Р.</i>	182

SPEECH LENGTHENSING AND SHORTENING DURING TRANSLATION. <i>Anjela Kuganova Alimardonovna</i>	185
LEXICAL TRANSLATION PROBLEMS. <i>Anjela Kuganova Alimardonovna</i>	190
SUBTITLING AS A SPECIFIC TYPE OF TRANSLATION. <i>Nikolenko A.</i>	195
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ. <i>Пирог В. О.</i>	198
СОЦІОЛІНГВАЛЬНІ ТА ПРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ ВЖИВАННЯ СЛЕНГУ У АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ. <i>Серова Н. Г.</i>	199
FEATURES OF ADVERTISEMENT TRANSLATIONS AND CASES WHEN ADVERTISING TEXTS TRANSLATION IS REQUIRED. <i>Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li</i>	201
ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОГО КІНОДИСКУРСУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЛІНГВОСИНЕРГЕТИКИ. <i>Часовських А. А.</i>	205
ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ СУРЖИКУ В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ. <i>Щербак А. Ю.</i>	206

С Е К Ц І Я 5

«Методологія й методика сучасних літературознавчих досліджень»

HOW TO TEACH MOTION VERBS AT PRIMARY SCHOOL. <i>Mashkhura Kuranbayeva</i>	209
ЗМІСТОВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕМАРОК У П'ЄСІ ДЖОАН РОУЛІНГ "ГАРРІ ПОТТЕР І ПРОКЛЯТЕ ДИТЯ". <i>Никоненко І. І.</i>	211
СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНИХ КОМПОНЕНТІВ У КНИЗІ Н. ХІЛЛА «THINK AND GROW RICH». <i>Пятаченко С.М.</i>	212

СЕКЦІЯ 6

«Теорія й методика навчання іноземних мов і перекладу в закладах вищої освіти»

ENHANCING STUDENTS' ENGLISH PRONUNCIATION ABILITY THROUGH GAMES. <i>Shoira Alimbaeva</i>	215
SPEAKING FOR ENGLISH LANGUAGE LEARNERS: OVERCOMING THE BARRIERS THAT IMPEDE. <i>Shohsanam Asiljonova Doniyorovna</i> ..	218
THE IMPORTANCE OF TECHNOLOGY IN TODAY'S EDUCATION. <i>Boboyeva Dilshoda Shodmonqul qizi</i>	226
ІНТЕГРОВАНІ УРОКИ «ІНОЗЕМНА МОВА – СВІТОВА ЛІТЕРАТУРА» В ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ. <i>Василець В. В.</i>	231
АУДІО-ЛІНГВАЛЬНИЙ МЕТОД ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ. <i>Внучкова В. С.</i>	234
ГРАМАТИЧНИЙ, СИТУАТИВНИЙ, КОМУНІКАТИВНИЙ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ. <i>Гарцунова М. М.</i> ..	236
СТРАТЕГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ: ПОНЯТІЙНІ АСПЕКТИ. <i>Заремба А. Д.</i>	238
HOW TO IMPROVE LISTENING SKILL IN ENGLISH. <i>Ozoda Keldiboyeva</i>	240
THE USE OF ONLINE SERVICE LEARNINGAPPS.ORG IN TEACHING VOCABULARY. <i>Kovalenko H. V.</i>	243
СУЧАСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРИ. <i>Ковінько А. П.</i>	245
DISTANCE LEARNING IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES. <i>Kozlova V. A.</i>	247
АВТОНОМІЯ УЧНЯ ЯК СТРАТЕГІЯ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ. <i>Коровай М. В.</i>	249
CRITICAL THINKING IN PRIMARY EDUCATION. <i>Umida Qurbonova</i> .	250
МІЖПРЕДМЕТНІ ЗВ'ЯЗКИ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У	

ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ. <i>Луньова Л. О.</i>	253
PROBLEMS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES IN PRIMARY EDUCATION. <i>Maxmudjonova Umida</i>	255
ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ. <i>Муштай К. В.</i>	257
КРАСЗНАВЧИЙ ТЕКСТ В ІНОЗЕМНІЙ АУДИТОРІЇ. <i>Озундіму Еїтайо Даніель</i>	260
BEST WAYS OF VOCABULARY MEMORIZATION. <i>Khayitkhon Tukhtaboeva</i>	262
HOW TO TEACH ENGLISH IN MIXED ABILITY CLASSES. <i>Khayitboeva Nigina</i>	265
FLIPPED METHOD IN TEACHING ENGLISH. <i>Sharipova Nodira Shavkat qizi</i>	269
РОЗВИТОК ДІАЛОГІЧНОГО ТА МОНОЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ. <i>Шевченко Є.</i>	273
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ТА ЗБАГАЧЕННЯ ВОКАБУЛЯРУ ЗА ДОПОМОГОЮ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ. <i>Шкурко О.</i>	275
СЕКЦІЯ 7	
<i>«Осмислення праць мандрівного філософа Григорія Сковороди»</i>	
ПОГЛЯДИ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ. <i>Бакун М. О.</i>	278
ЖИТТЯ І СПОСІБ ФІЛОСОФУВАННЯ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ. <i>Перерва Д.</i>	280

Секція 1

«МОВНА КАРТИНА СВІТУ ТА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ»

МОВОТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Василець В. В.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – д-р філол. наук, професор Швачко С. О.

(Сумський державний університет)

д-р філол. наук, професор Анохіна Т. О.

(Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова)

Найважливішим засобом людського спілкування є мова. Це засіб, за допомогою якого кожна культура може виразити свою сутність. Мова відображає культурно-історичне походження кожного народу в певну епоху.

Одним із жанрів мови, які швидко змінюються, є сленг. За словами Еріка Партріджа, відомого лінгвіста та упорядника сленгової лексики, сленг існує з давніх часів, оскільки люди завжди намагаються урізноманітнити мову більш яскравими словами, замінити незрозумілі наукові терміни на більш доступну для широкого кола людей мову [2].

Сучасний англійський сленг – це дуже багатий словниковий запас. Нова метафорична, свіжа, іронічно-експресивна лексика швидко сприймається молоддю, що служить створенню невимушеної (комфортної) атмосфери в спілкуванні та передачі відчуття приналежності до соціальної групи, широкої мобільності, часто іронічної та важливої. Сленгові одиниці часто стають національною мовою і можуть втратити своє значення або бути забутими.

Сленгові номінації мають різні канали поширення. Це особливі вертикальні візерунки, що відрізняються напрямком руху сленгу і розташуванням його кореня. Поширеним є процес впровадження сленгу знизу вгору, де джерелом словесних змін є певна частина суспільства, яка фактично надає поширенню додатковий імпульс.

У сучасному американському сленгу інноваційний процес для цього лексичного шару є незвичайним. Суть його полягає в тому, що

сленгові слова утворюються на вершині соціальної піраміди, а потім поширюються на її основу.

Сленг зверху вниз ефективний, коли письменники, публіцисти та актори популяризують уже існуючий або створюють власні сегменти соціолекту для більш широкого поширення. П. Горшков називає ці сленгові назви «синтетичним сленгом» [1, 121].

Словниковий запас мови молоді, як правило, є словотворенням, пов'язаним із суспільними змінами. Сленгові лексеми формуються під впливом різноманітних факторів, серед яких: кримінальний жаргон, інтержаргон, власне тлумачення у підлітків окремих термінів, особливо медичних.

Одним із джерел формування молодіжного сленгу є семантичне дублювання лексичних одиниць, які вже присутні в інтержаргоні і не підлягають жодній трансформації.

Однією з цікавих особливостей молодіжного сленгу є зміна значення слів у літературній мові, що надає мовленню іронічного відтінку. Наступне джерело – використання скорочень лексем. Це пояснюється існуванням закону економіки мовного ареалу. Для довгих слів використовуються коротші, але зрозуміліші аналоги, які утворюються шляхом скорочення.

Таке різноманіття джерел молодіжного сленгу пояснюється бажанням молоді виділитися за допомогою мови. Сленг посідає чільне місце як засіб вербального спілкування молоді.

У сучасній лінгвістичній літературі термін «сленг», який отримав подальший розвиток у своїх значеннях, вживається в кількох значеннях, що ускладнює розуміння особливостей угруповання англійської лексики. Тому, перш ніж говорити про різноманіття типів словотворення, слід зупинитися на основному розподілі всіх знайомих одиниць загалом і окремих.

1. Дорда В. О. Американський молодіжний сленг як об'єкт вивчення соціолінгвістики. Донецьк : ДонНУ, 2008. – 181 с.
2. Mencken H. L. The American Language. New York : 1992. – 777 p.

ЗМІНА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПІД ВПЛИВОМ ІНТЕРНЕТУ

Волкова Д. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Куліш В. С.

Англійська мова, як і будь-яка інша мова, постійно змінюється, постійно еволюціонує, оскільки слова виходять із вживання або набувають нових значень. Нам досить озирнутися на твори таких великих письменників, як Шекспір, Остін і Діккенс, щоб побачити, як змінювалася англійська мова з часом. З часів промислової революції та перших технологічних винаходів, саме суспільні фактори та освіта сприяли мовним змінам.

Актуальність теми полягає у вивченні і вдосконаленні англійської мови на сучасному рівні. Адже англійська мова грає важливу роль в наш час. Будь-яка мова володіє комунікативною функцією на міжнародному рівні. На сьогодні, люди хочуть використовувати інноваційні технології у будь-якій сфері життя.

Метою дослідження є розвиток англійської мови як дивовижний світовий ресурс, який відкриває перед нами безпрецедентні можливості для комунікації, а отже, дозволяє нам знайти нові можливості та ресурси.

Лексикологія – це галузь лінгвістики, наука про мову. Термін "Lexicology" складається з двох грецьких морфем: *lexis*, що означає "слово, фраза" і *logos*, що означає "навчання, знання". Таким чином, буквально значення терміна "Lexicology" – "наука про слово". Буквальне значення, однак, дає лише загальне уявлення про цілі та предмет цієї науки.

Лексикологія як галузь лінгвістики має свої цілі та методи наукового дослідження, її основним завданням є вивчення та систематичний опис лексики з точки зору її походження, розвитку та сучасного використання. Лексикологія вивчає слова, змінювані групи слів, фразеологічні одиниці, і навіть морфеми, які входять до складу слів [1, с. 10].

Сучасна англійська лексикологія – це курс спеціальної описової лексикології, об'єктом вивчення якого є англійська лексика у вигляді, у якому вона існує в теперішній час. Діахронічний підхід розглядає зміни та розвиток лексики протягом часу. Спеціальна історична лексикологія розглядає еволюцію словникових одиниць мови з часом. Англійська історична лексикологія пов'язана з походженням

англійських лексичних одиниць, зі змінами та розвитком лексем. Таким чином, в наш час, люди стали використовувати сленг, скорочення слів, спрощення і багато ін.

Сленг – це неформальні слова або фрази, які зазвичай використовуються в мові між людьми з однієї соціальної групи або між людьми, які разом працюють. Наприклад: (*Emily, the party last night was lit! Why didn't you come? — Емілі, вечірка минулої ночі була просто запальною! Чому ти не прийшла ?*) Сленгові слова утворюються в результаті лінгвістичного процесу, який вивчає морфологія [3, с. 56].

Абревіатура – це скорочена форма слова чи фрази будь-яким способом. Вона може складатися з групи літер чи слів, взятих із повного варіанта слова чи фрази. Наприклад: (*Surprise your BF with coloured paper or plasticine. — Зроби сюрприз для свого найкращого друга, використовуючи кольоровий папір або пластилін.*)

Найбільш універсальною є, як відомо, лексична система мови, що змінюється динамічно і, відображає зміни, що відбуваються в суспільстві, і сучасні тенденції [2, с. 105]. Слід сказати, що сфера неології, що привертає до себе увагу лінгвістів протягом не першого десятиліття років, розвивається зараз так само стрімко, як і сам об'єкт її вивчення - нові слова. Наприклад: (*Students can learn from edutainment in university with board games if the games are carefully selected. — Студенти можуть навчатись в університеті за допомогою додатків, якщо ігри добре підібрані для навчання.*)

Неологізми постійно з'являються, і краще розуміння їх допомагає людям опанувати англійську мову, отримати необхідну інформацію та розвивати здатність до міжкультурної комунікації. Неологізм не тільки сприяє розвитку сучасної англійської мови, а й відображає культуру та суспільство.

Вивчення нової мови неможливо відокремити від словникового запасу. Без великого словникового запасу та стратегій для отримання нової лексики, студенти часто не реалізують свій потенціал і не можуть використовувати можливості вивчення мови, які знаходяться навколо них.

Підсумовуючи, можна зазначити, що словниковий склад будь-якої мови ніколи не буває стабільним, статичним, він постійно змінюється, розвивається і втрачається. Зміни у словниковому складі мови зумовлені лексичними причинами. Слова набагато більшою

мірою схильні до змін, ніж звуки, граматичні форми або синтаксичні конструкції.

1. A course in modern English lexicology / R. S. Ginzburg et al. — 1979. — 269 p.
2. Crystal David. Internet Linguistics: A Student Guide —Routledge, 2011. — 179 p.
3. Hymes, Dell. Language in Culture and Society —New York: Harper and Row — 1964. — 245 p.

ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НАЦІОНАЛЬНОГО ГУМОРУ В БРИТАНСЬКИХ КОМЕДІЯХ

Даниленко Л. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.

Для розуміння британського гумору потрібно бути знайомим з його особливостями, розбиратися в культурі, традиціях та менталітеті англійців. Культура, традиції та менталітет є термінами досить зрозумілими для всіх людей, навіть малознайомих із Великобританією.

Конкретизуємо специфіку національного гумору, який використовується в британських комедіях:

Якщо ми говоримо про незворушність, це одна з їх основних особливостей. Англійці використовують незворушний вигляд чи відповідь у жартах для надання комічного ефекту.

Наприклад, Лондон. Ранок. Туман. Джентльмен підходить до вікна і каже дворецькому: «– Сьогодні зміг, Джоне... –Я радий за Вас, сер...»), також знаменитий анекдот про вівсянку, «Беррімор, а що у нас сьогодні на сніданок? – Вівсянка, сер ... –Беррімор, а що у нас сьогодні на обід? –Вівсянка, сер. – Беррімор, а що у нас сьогодні на вечерю?! – Котлети ... –Ура! – З вівсянки, сер...»). Непорушність можна відзначити однією з головних особливостей комічного ефекту в англійському гуморі [3, 24].

Самі англійці жартують з того, наскільки вони бувають ввічливі, і як вони вшановують етикет (дотримання умовностей та ієрархії в суспільстві). Наприклад, «Де найввічливіші полісмени? – В Англії.

Спочатку електричною палицею, а потім: Сер, вам не боляче?», «Англійський бізнесмен отримав листа від колеги: «Дорогий сер, оскільки моя секретарка – дама, я не можу продиктувати їй те, що про вас думаю. Більше того, оскільки я є джентльменом, я не маю права навіть думати про вас так. Але, тому що ви ні те, ні інше, я сподіваюся, ви зрозумієте мене правильно». Чемність – це частина повсякденного життя англійців, тому вони висміюють її і використовують також для створення комічного ефекту. Цю особливість також можна віднести до основної, як і попередньої, оскільки вона є постійною складовою британського гумору [3, 22].

Не в кожній мові одне слово має кілька значень, а англійська мова славиться цим. Тому така гра слів та його значень широко використовується у створенні комічного ефекту у британських комедіях. Наприклад, “I was born in California. – Which part? – All of me”; “Passenger: Guard! How long will the next train be? Guard: About six carriages, sir” [3, 25].

Гумор у британських комедіях більшою мірою спрямований на національний характер англійців, їх традиції та відмітні ознаки їхньої батьківщини (ввічливість, догляд за газоном, телефонні будки, кебмени, лондонське метро), на конкурентів на політичній арені (США, Росія, Німеччина, Японія), на уряд, впливових людей (лорди, бізнесмени), на мовні відмінності [1]. Гумористичне ставлення на адресу перелічених об'єктів говорить про їх значущість та актуальність для англійців, тому що специфіка будь-якого національного гумору полягає в тому, що в його основі лежать відповідні культурні цінності.

Що стосується сучасної британської комедії, то найчастіше об'єктами гумору стають повсякденні речі, такі як робота (колеги, шеф, обов'язки), їжа (фаст-фуд), домашні вихованці (їх поведінка та догляд за ними), безглузді життєві ситуації (зіткнення зі скляними дверима, падіння з велосипеда, втрата гаджета).

Отже, гумористичний ефект виникає шляхом вживання таких мовних засобів як окказіоналізмів, гіпербол, літот, парадоксів, порівнянь, нецензурної лексики. Окказіоналізми, нецензурна лексика демонструють факт, що англійці вже не такі стримані, як 30 років тому. Вони не приховують своїх почуттів, намірів, а англійський гумор, як англійська мова дедалі більше спрощуються: натяки, каламбури спостерігаються рідше. Гумор з використанням грубої лексики, окказіоналізмів та повторів є більш простим для розуміння.

1. Карасик А. В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: дис. канд. филолог. наук: 10.02.04. Волгоград, 2001. 196 с.
2. Швачко С. О. Вербалізація гумору в текстах різного жанру // Наукові записки. Вип. 3. – К. : Хрещатик, 2001. – С.56 – 63.
3. Skrhova V. An Analysis of English National Character with Main Focus on Social Inhibitions: Bachelor Thesis, Brno: University Brno, 2015. 49 p.

ФУНКЦІОНАЛЬНА ЗНАЧИМІСТЬ АБРЕВІАТУР В АНГЛОМОВНОМУ ЧАТІ

Дубина Я. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Шуменко О. А.

На сьогоднішній день Інтернет є невід'ємною частиною життя будь-якої сучасної людини. Дослідження чату як актуальної форми електронного спілкування, представляє інтерес у зв'язку з його широким поширенням. Саме в чаті спостерігаються специфічні форми спілкування, які обумовлені як комп'ютерними технологіями, так і неповторністю мовної поведінки окремого співрозмовника. Швидкий темп життя, збільшення масштабу інтернет-комунікації призвели до того, що абревіація стала масовим явищем у багатьох мовах.

Під абревіацією мається на увазі створення складноскорочених слів. Кількість абревіатур та широта їх вживання з часом збільшується, внаслідок чого процес абревіації стає популярним способом утворення слів. У процесі абревіації створюються незалежні комунікативні одиниці, з усіма властивостями, які властиві слову [1, 299]. Отримане новоутворення є новою формою, навіть якщо воно розглядається як скорочення.

Функції абревіатур в інтернет-комунікації різняться залежно від комунікативної установки, інтенцій користувачів соціальних мереж та форм комунікації. Можна виділити такі функції використання абревіатур в інтернет-спілкуванні: компресивна – створення коротких номінацій з метою економії мовних засобів; номінативна – створення необхідного найменування, де скорочуються назви різних організацій або явищ; когнітивна – пізнавальна функція; регулятивна – функція замовлення, де адресант спонукає адресата виконати будь-яку дію; експресивна – отримання експресивної форми вираження, де адресант

висловлює свої почуття та емоції з приводу того, що відбувається [2, 40]. У ході аналізу функціональних особливостей використання абревіатур нами було визначено, що лідируючі позиції займають експресивна та компресивна функції.

Експресивна функція полягає у вираженні емоційного стану того, хто говорить, його суб'єктивного ставлення до предметів і явищ реальності. Ця функція зустрічається найчастіше, оскільки користувачам соціальних мереж важливо висловлювати як свою думку, так і емоції.

Нами було визначено, що експресивна функція проявляється у вираженні емоцій, наприклад, *OMG – oh my God, IMS – I am sorry, LOL – laughing out loud*; для створення гумористичного ефекту, наприклад, *GOAT – greatest of all time, PIG – pretty interesting girl, LOVE – Loss Of Valuable Energy* для вираження іронії, наприклад, *GI – good idea, GJ – good job, GG – good game* для висловлення власної думки, наприклад, *IDK – I don't know, IMHO – in my humble opinion* для привернення уваги співрозмовника, а також прагнення до стислості, у цій ролі виступають ініціальні абревіатури та акроніми різних організацій, корпорацій тощо: *IFC – International Finance Corporation, SP – South Pacific, BBC – British Broadcasting Corporation*.

Звернемося до аналізу прояву компресивної функції в абревіатурах. Ця функція використовується при онлайн-спілкуванні для створення коротких номінацій з метою економії мовних засобів, оскільки інтернет-реалії вимагають швидкої реакції у відповідь, наприклад, *pic – picture, doc – document doctor, PC – personal computer, ID – identifier* для підвищення інформативності повідомлення, наприклад, *bro – brother, pro – professional, pic – picture, ad – advertisement* тощо.

У свою чергу, когнітивна функція показує, що абревіатури несуть у собі додаткову інформацію, яка відсутня у стандартних позначеннях, і завдяки цьому репрезентує додаткові знання про світ: *SCR – Special Containment Procedures, IBM – International Business Machines, CW – Civil War*. Ця функція зустрічається рідко, оскільки найчастіше користувачі використовують такі абревіатури, які вимагають від адресата наявності фонових знань.

Регулятивна функція призначена для регулювання відносин між співрозмовниками. З її допомогою співрозмовники можуть спонукати один одного до дії, дати рекомендації чи засудити. Виражається вона

дієсловами у функції наказу, указу чи інструкції, *KISS – keep it short and simple, DIY – do it yourself, KYS – keep yourself safe.*

Отже, за рахунок широкого застосування абрєвіатур по всьому інтернет-простору процес абрєвіації став одним з продуктивних способів словотвору. Використання скорочень найчастіше простежується у таких жанрах інтернет-комунікації, як форуми, чати тощо оскільки для них характерна спонтанна мова. Нами було визначено функції абрєвіатур у тексті, серед яких лідируючі позиції займають експресивна та компресивна функції.

1. Сидорук Г. І. Інтернет-скорочення як засіб мовної економії. Філологічні студії. 2015. Вип. 14. С. 298-305.
2. Шаповалова А. П. Абрєвіація і акронімія в лінгвістиці. Львів: Слово, 2003. 187 с.

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOMATIC PHRASEOLOGY AND ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES

*Anjela Kuganova Alimardonovna
(Chirchik State Pedagogical University,
Chirchik, Uzbekistan)*

English and Uzbek phraseology covers a wide range of topics. The attention of linguists around the world is drawn to every component. The French linguist Sh. Bally is credited with creating the Theory of Phraseology. Later, under Ferdinand de Saussurez, phraseologisms gained prominence as linguistic constructions.

According to American linguist Wallace L. Chase, changes in phraseological units at a particular stage of language development lead to the creation of new meanings that can be expressed using old, i.e., already-existing, materials in the language rather than new patterns. Russian linguists are well-represented in the phraseology community.

Phraseologisms were worked on by Peshkovisky, V. Vinogradov, B. Larin, N. Shansky, A. Smirnitsky, A. Kunin, V. Zhukov, I. Arkhangelsky, and others. Phraseologisms were discussed and analyzed by R. M. Tayeva, G. A. Bayramova, Ch. G. Sayfullin, S. Navro'zboyeva, and S. I. Muratov.

We can see from their candidacy dissertations that Uzbek linguists Sh. Rahmatullayev, B. Yodoshev, Y. D. Pinkhasov, A. Shomaksudov, and M. Husainov described and analyzed Uzbek phraseology. The word phraseology is derived from the Greek words "phrasis" and "logia," which mean "I study." The study of idioms and phrases is known as phraseology. A phrase is a lexical unit made up of two or more words that has the same meaning as a word in the English language. A phraseological unit is a word or other phrase that has a singular meaning.

This article's major objective is to examine somatic phraseology in the English and Uzbek languages and to compare them.

The Greek term "soma," which means "body," is whence somatism gets its name. Somatic phraseology refers to phraseological units related to such thematic groups. Phraseological units are inextricably linked with humanity, its vital activities, and human body parts. The majority of languages in the world primarily use somatic phraseology.

Somatic phraseology was first introduced by F. Vakk, a scientist who researched Estonian phraseology. He separated somatic phraseology into categories that only refer to humans, only refer to humans and animals, and only refer to animals.

Somatic phraseology has been the focus of extensive scientific study in a number of languages in recent years. Somatic phraseology reflects each country's way of life, experiences, culture, spirituality, traditions, and customs.

The study of phrases used in global somatisms has led to the development of the comparative analysis approach, and significant research has been done in this area.

According to I. B. Gorodeskaya's comparative examination of somatic phrases in the Russian and French languages, expressions involving the somatisms "hand" and "head," "eye," "leg," "heart," and "leg" were found to be the most frequently used in both languages.

Lenka Chiklova contrasts "hand" somatism in Russian and Czech phrases. The author categorizes "hand" somatic expressions into four groups:

- Phrases in both languages that have synonymous hand somatism;
- The meaning of a sentence with hand somatism in one language is the same as another somatism in the other;
- A phrase containing manual somaticism in one language is articulated differently in the other;

- The lack of a word in the second language that uses hand somaticism in the first.

T. S. Spirina's article analyzed somatic phraseology in English, Russian and German languages and focused on the lexeme "hand".

The Italian linguist M. B. Papi also analyzed the phraseological and figurative meaning of the lexeme "hand" in English and Italian. He emphasized that such phraseological units are similar in both languages and have their own characteristics.

The phraseological and figurative meaning of the word "hand" in both Italian and English were also examined by the Italian linguist M. B. Papi. He stressed the similarity and uniqueness of these phraseological components in both languages.

E. N. Tanasi examined how the terms "hand" and "leg" are used in the context of one language, namely English, in the ads of US and UK businesses in his article and found that it has its own features.

There are many scientific works and proverbs about somatic phraseology in English and Uzbek languages. Somatic phraseology related to body parts in English and Uzbek languages has an important place. Somatic phraseologisms can be classified as follows according to their meaning. The somatic phraseology topic has been extensively studied in both English and Uzbek. In both English and Uzbek, somatic phraseology that refers to body parts has a significant place. According to their meaning, somatic phraseologisms can be divided into the following categories.

- **Somonymic**-language, or words expressed by various bodily parts (head, legs, arms, neck). For instance: From top to bottom, Boshdan Oyoqqocha; Yelkama yelka turib: Stand shoulder to shoulder; Yelkama yelka: Walk hand in hand.

1. **Osteonymic** -language is phraseology that describes the human body's skeletal systems. Sekin and Bones, for instance, is Qoq Suyak.

2. **Angionymic** - Angionyms are phraseological units that refer to the human body's circulatory system. For instance: Blue blood - Oq suyak.

3. **Splanchnonymic** -language refers to expressions that refer to a person's interior organs.. For example: At the top of one's lungs - Ovozi boricha baqirmoq ; From the bottom of the heart -Chin qalbdan.

4. **Sensonymic** - phraseological units are those that refer to the human body's sensory systems. For instance: To be all ears - Butun tanasi quloqqa aylanib.

There are homonyms, antonyms, and synonyms for somatic phraseological units. Phraseology with the same meaning is considered to

be synonymous. For instance, a shingle, a pinch, or a little. Somatic expressions like "to be in a dead mouth" and "to be down in die mouth" can be used interchangeably in English.

Antonym somatic phraseological units whose meaning is opposite to each other are called phraseologies. For example: His heart is wide and his heart is narrow, his heart is in his place, his heart is rumbling. At first sight-on second thought in English.

Homonymic somatic phraseologies are also significant. As an illustration: I. Raise your hand to answer; II. Raise your hand to strike. I finally let out a breath, at which point he passed away. II. His spirit and anger were revealed.

1. Abduramanova S. Processing of English idioms with body part components by native speakers of Turkish learning English with intermediate level of proficiency. Thesis for the Doctor of Philosophy Degree. Istanbul, 2012 .
2. Manerko L. From human body parts to the embodiment of spatial conceptualization in English idioms. The 4 th UK Cognitive Linguistics Conference.
3. Papi M. B. Idiomatic and figurative uses of “hand” in English and “muno” in Italian: embodiment and cultural filters. Main Session Talks. Pisa, 2013.
4. Tanasi E. N. Arm and leg idioms in the BNC and Coca Corpora: views on the cultural differences between British and American society. International journal of Cognitive Research in Science, Engeineering, and Education. Vol.2, N 1, 2014.
5. Isaev A. Somatic phraseological units of the Uzbek language Diss,, Candidate of Science -T., 1976.
6. Nassiri M. Semantics of phraseological units with a somatic pair of a leg-hand component. RUDN Bulletin, No. 2.2014, p.
7. Spirina T. S. Phraseological units of the English, Russian and German languages, characterizing power, with components -somatisms. Linguistics and translation. No. 3 (41), 2013.
8. Usmonova Sh. R. Somatic phraseology in Uzbek and Turkish languages..f.f. n. diss. -Tashkent, 1998.
9. Raxmatullaev Sh. Annotated dictionary of Uzbek phraseology.
10. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022

- 11.Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
- 12.Gazieva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
- 13.Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
- 14.Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
- 15.Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АРОМАТОНІМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Правдюк Д. С.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Шуменко О. А.

Сьогодні, на ринку парфумерної продукції надходить дуже багато видів різних кремів, парфумів, туалетної води, масок тощо. Також існує дуже багато фірм із випуску парфумерної продукції. Для залучення покупців кожна така фірма вигадує своєму товару неповторну назву. Різноманітність світу речей (реальних, гіпотетичних і вигаданих фантазією людини) відбивається у свідомості людей і отримує свій вираз у номінації, тобто складає первинну основу для імені загального (як узагальнюючих аналогічні факти) так і власні назви, які виділяють окремі предмети серед названих. Номінація об'єктів дійсності передбачає свідомий підхід до ономасіологічного процесу, у якому велика роль належить цілеспрямованому вибору мотивувальної ознаки. Ця ознака, входячи до складу значення слова у вигляді його внутрішньої форми, виражає

ставлення до предметів та явищ дійсності, а також впливає на адресата [1, с. 67-74].

Ароматонім, у нашому дослідженні являє собою власні назви парфумерної продукції, та за походженням відноситься до ономастичної лексики. Назва присуджується конкретному запаху або специфічній парфумерній композиції, тобто кожна назва ароматоніму відповідає лише аромату, якому вона призначена. Назва, присвоєна конкретному аромату, проходить юридичне та графічне оформлення. Трансонімізовані ароматоніми включають повне ім'я, прізвища або ініціали виробників, видатних чи простих людей (проте частіше використовують імена або прізвища знаменитостей), напр.: *Sergio Nero, Kate Spa*.

Вони можуть бути виражені різними частинами мови – *Noun, Adj, Numeral, Verb*, напр.: *Biagiotti, Majestic Rose, Be Desired, Follow Us, James Bond 007*.

Отже, ароматоніми - це одиниці мовлення, які слугують для підкреслення конкретної назви окремих предметів дійсності та внаслідок такої спеціалізації виробили деякі особливості у значенні, граматичному оформленні та у функціонуванні. Коли ж назва закріплена за об'єктом, стає очевидною його функція одиничного позначення об'єкта. Кожен ароматонім несе абстрактні та формальні понятійні ознаки апелювати [2].

Дослідження ароматонімів показує, що в сучасну епоху відбулося якісне зрушення в ономастичному просторі англійської мови. Даний зсув обумовлений тим, що власні імена стали отримувати не просто поодинокі об'єкти якогось класу дійсності (*humans, animals, plants, cities, etc.*), а й спеціальні реалії, призначені для продажу у масовому порядку, тобто товари повсякденного попиту та споживання. Підкоряючись загальним законам мови та ономастичній природі номінації, стали володіти і специфічними ознаками у своїй семантичній структурі та функціональних особливостей, які були продиктовані екстралінгвістичними факторами – торгівлею, виробництвом, взаємодією трьох типів соціальних груп людей – виробників, продавців та покупців товарів масового попиту [3].

Назва ароматоніма виконує інформативну, рекламну, меморіальну чи агітаційну функцію, внутрішня форма виявляється необхідною. Тут внутрішня форма є обов'язковим компонентом семантичної структури власних назв і підпорядковується традиційної

або навіть спеціально розробленої регламентації та відповідно до розвитку суспільства може регулярно оновлюватися шляхом перейменування.

У процесі створення ароматонімів виділяються дві тенденції: онімізація та трансонімізація. Трансонімізація відбувається за загальними семантичними законами перетворення: відоме ім'я класу предметів отримує особисте ім'я, завдяки зв'язку за подібністю, суміжністю номінованих явищ. Розряд ароматонімів, що виникають при онімізації, представляють собою значний пласт лексики і охоплюють семантикою мотивуючих апелятивів різноманітні пласти слів. Трансонімізації піддаються переважно назви, здатні нести прагматичну функцію і які відбивають сутність аромату. Більшість складають ароматоніми, мотивовані назвами рослин, що є цілком природним, тому що аромати створюються на основі запаху. Проте апелятиви зі значенням *human*, *animal* також є численними.

Особливістю ароматонімів є наявність у складі власних назв одиниць, що несуть експліцитне або імпліцитне звернення до адресата: до їхньої професійної, соціальної чи особистісної характеристики. Ця особливість посилює як прагматичні функції, так і властивості словесного товарного знака, яким і є парфюмонім. Ароматонім є співвідносним онімічним омонімом, що слугує мотиваційною базою. Отже, трансонімізація є процесом утворення омонімів у сфері ономастики.

Ароматоніми ґрунтуються на загальних принципах номінації. Вони позначають унікальний об'єкт, мають чітко виражену внутрішню форму, містять ознаки власного імені, які представлені споконвічною та запозиченою лексикою, що позначає різні сфери людської діяльності, природи та артефактів.

1. Карпенко О. Ю. Про літературну ономастику та її функціональне навантаження. Записки з ономастики. Одеса: Астропринт, 2000. Вип. 4. С. 68–74.
2. Німчук В. В. Ономастична термінологія. Повідомлення Української ономастичної комісії. Вип.1. Київ, 1966. С. 24–43.
3. Ljubisavljevic M. Available from. URL: <https://www.scentbird.com/blog/psychology-perfumes/> (дата звернення: 05.09.2022).

БАР'ЄРИ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Ракітіна О. В.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

(Сумський державний університет)

канд. філол. наук, доцент Уміда Файзуллаєва

(Джизакський державний педагогічний університет,

м. Джизак, Узбекистан)

В умовах, коли світ швидко перетворюється на глобальне село, спілкування між культурами стало неминучою реальністю. З одного боку, міжкультурна комунікація представляє прекрасну можливість сприяти глобальному миру і процвітанню, оскільки ми використовуємо потенційну цінність культурного розмаїття. З іншого боку, вона може мати неприємні наслідки, якщо нею погано управляти.

Існування особистості неможливе без спілкування, адже ми постійно перебуваємо в соціумі. Кожного дня людина, яка приходить на роботу, в школу, в університет, у магазин тощо обов'язково взаємодіє з іншими учасниками, проте у більшості випадків кожен із нас зіштовхується з тим, що його не розуміють, не сприймають, інколи навіть складається враження, що співрозмовник не хоче «уловлювати нитку спілкування».

Вивчаючи міжкультурну комунікацію, багато дослідників намагалися концептуалізувати культуру та комунікацію з різних точок зору, щоб оцінити їх взаємозв'язок. Загалом, культура розглядається як спільний спосіб життя, колективно розроблений і поділюваний групою людей, який передається з покоління в покоління [1]. В свою чергу, міжкультурна комунікація – це «обмін інформацією між чітко визначеними групами людей зі значно розбіжними культурами» [2].

У загальному вигляді комунікативні бар'єри можна визначити як перешкоди на шляху передачі інформації від комунікатора (відправник інформації) до реципієнта (одержувача). Виникають вони на макро- і мікрорівнях [3].

Існує багато факторів, які впливають на міжособистісне спілкування, кожен з яких може мати значний вплив на ефективність спілкування. *Основні елементи міжособистісного спілкування включають:*

1. **Комунікатори.** Ефективне спілкування залежить від взаємодії двох або більше людей. Ці комунікатори надсилають і отримують вербальні та невербальні повідомлення один від одного в рамках процесу спілкування.

2. **Повідомлення.** Інформація, що передається між двома комунікаторами, відома як «повідомлення». Значення або значення повідомлення можна передати буквальним змістом мови комунікатора, а також невербальними ознаками, такими як мова тіла, тон, зоровий контакт (або його відсутність) та інші фізичні показники. Ці фізичні сигнали можуть додати додатковий сенс, глибину чи ясність повідомленню.

3. **Зворотний зв'язок.** У будь-який момент під час міжособистісного спілкування є відправник (особа, яка передає повідомлення) і одержувач (особа, яка отримує повідомлення). Зворотний зв'язок – це сигнали, надіслані від одержувача до відправника, які вказують на те, що вони зрозуміли або не зрозуміли повідомлення. Це можуть бути вербальні сигнали (наприклад, «Я розумію») або невербальні сигнали (наприклад, кивок головою на знак згоди). Цей зворотній зв'язок дозволяє відправнику змінити або відкорегувати повідомлення, щоб забезпечити його належне отримання.

4. **Шум.** У теорії комунікації «шум» означає все, що перекручує або спотворює значення повідомлення, таким чином збільшуючи ймовірність неправильного розуміння. Шум може включати культурні відмінності, використання незнайомого жаргону або неухважність з боку особи, яка отримує повідомлення.

5. **Контекст.** Кожна частина людської взаємодії відбувається в іншому контексті, і ці контексти можуть впливати на ефективність і значення спілкування. Повідомлення може бути прийняте по-іншому, якщо воно відбувається в залі засідань, спальні або під час гри в м'яч. Відносний соціальний чи ієрархічний статус тих, хто комунікує, також є корисним контекстом, який слід враховувати під час міжособистісного спілкування.

6. **Канал.** Спосіб, через який доставляється повідомлення, відомий як «канал». Коли двоє людей розмовляють віч-на-віч, очима, ротом і вухами учасників є канали. З розвитком технологій розвиваються й канали, з якими ми взаємодіємо щодня. Наприклад, онлайн-спілкування зазвичай обмежується інтерпретацією візуальної інформації слів або зображень.

Виокремлюють безліч основних причини, чому навички міжособистісного спілкування важливі. Навички ефективного міжособистісного спілкування надзвичайно важливі як на робочому місці, так і в соціальних ситуаціях повсякденного життя. Володіння сильними навичками міжособистісного спілкування може допомогти вам у таких сферах:

➤ **Вирішення конфліктів.** Незалежно від вашої посадової інструкції, ви, ймовірно, зіткнетеся зі складними ситуаціями між колегами, які потребуватимуть вирішення конфліктів. Це вимагатиме від вас прислухатися до членів вашої команди та працювати з ними над спільною метою вирішення конфлікту.

➤ **Лідерство.** Бути ефективним лідером означає підтримувати позитивне ставлення, демонструвати наполегливість і мотивувати інших досягати свого найвищого потенціалу. Розвиток ефективного стилю спілкування та вміння слухати є важливими елементами ведення вашої команди до успіху. Таким чином, міжособистісні навички та лідерські навички є одним і тим же.

➤ **Переговори.** Вирішення реальних проблем вимагає постійних переговорів. Незалежно від того, ведете ви переговори про угоду між клієнтами чи керуєте офісною політикою, переговори вимагають умінь вислуховувати всі сторони та відстоювати власну позицію, щоб знайти рішення, яке задовольнить усі сторони. Хороша комунікація необхідна під час цього процесу співпраці та компромісу.

➤ **Командна робота.** Одна з найважливіших навичок у будь-якій роботі – це здатність бути командним гравцем. Співпраця з колегами вимагає навичок спілкування з людьми та навичок вербального спілкування, оскільки ви повинні вміти повідомляти про свої власні цілі та прислухатися до цілей інших, щоб досягти бажаного результату.

Для уникнення деградації суспільства і підтримки міжкультурної комунікації потрібно постійно працювати над покращенням своїх знань та навичок. Вдосконалити міжособові комунікації можна на основі:

Розуміння настроїв співрозмовника. Про стан людини та її бажання можна судити по тому, як вона ходить, дивиться або жестикулює.

Деякі люди, здається, від природи наділені здатністю підтримувати міцні міжособистісні стосунки завдяки своїм високим

рівням міжособистісних навичок. Однак, як і публічні виступи, міжособистісне спілкування – це навичка, яку можна практикувати та вдосконалювати. *Ось кілька порад, які допоможуть вам покращити свої навички міжособистісного спілкування:*

1. **Спробуйте активно слухати.** Активне слухання означає слухати з безперервною концентрацією та реагувати на інформацію, що надається. Замість того, щоб пасивно отримувати інформацію, ви терпляче слухаєте, задаєте запитання, щоб уточнити, і узагальнюєте інформацію, щоб гарантувати ваше повне розуміння. Використовуйте основи спілкування віч-на-віч – встановлення зорового контакту, посмішку чи іншу невербальну реакцію на інформацію – щоб продемонструвати, що ви повністю присутні.

2. **Слідкуйте за мовою свого тіла.** Наша мова тіла передає так само, якщо не більше, ніж наші слова. Якщо ви схрещуєте руки або іншим чином змінюєте положення тіла, це може означати, що ви захищаєтесь. Якщо ви постійно вередуєте або змінюєте вагу, ви можете здатися нервовим. Практикуйте тримати своє тіло нерухомим і відкритим, що розвиває впевненість у собі та надсилає сигнал, що ви бажаєте отримувати інформацію.

3. **Не переговорюйте людей.** Якщо ви перемовляєте або перебиваєте людей під час розмови, ви, швидше за все, сигналізуєте про те, що не до кінця слухаєте, що вони говорять, навіть якщо це не те, що ви збираєтесь. Доведіть, що ви цінуйте те, що говорить інша особа, дозволивши їй закінчити свою думку і не втручатися, поки вона не закінчить.

Отже, комунікативні бар'єри призводять до зниження результативності діяльності людей і ймовірності того, що діалог буде успішним.

1. Tubbs, S. L. and Moss, S. (1994). Human Communication. Boston: McGraw-Hill..
2. Barnett, G. A. and Lee, M. (2002). Issues in Intercultural Communication Research. In Gudykunst, W.B. and Mody B. (eds.) Handbook of International and Intercultural Communication (pp 275-290).
3. Долгополова О. В. Реферативне завдання з дисципліни: «Психологія управління». [Електронний ресурс. Режим доступу – <https://topuch.com/referativne-zavdannya-z-disciplini--psihologiya-upravlinnya-na/index.html>].

ЛЕКСЕМИ З АБСТРАКТНИМ ЗНАЧЕННЯМ В КОНТЕКСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МЕНТАЛЬНОСТІ УКРАЇНЦІВ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ Т. Г. ШЕВЧЕНКА)

Роменська С. В.

(Полтавський державний медичний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук Жовнір М. М.

Абстрактна лексика – це масштабний словесний масив, удосконаленість якого є показником культури народу, підтвердженням розвитку української літературної мови, що відображає систему світоглядних цінностей, уявлень людини про світ, про себе, про ставлення до іншої людини, до добра і зла, тобто абстрактна лексика виражає інтелектуальну, духовну та емоційну сфери людини.

Крім цього, лексеми з абстрактною семантикою відображають ментальні риси українців, специфічний простір взаємодії індивідуальної та колективної свідомості. Ментальність можна інтерпретувати сукупністю елементів емоційного й раціонального світосприйняття, що містить загальні етнічні культурні норми, базові цінності, поведінкові канони, споконвічні традиції та життєствердні переконання, комплекс яких виформовує унікальний духовний світ етносу. Експлікують лінгвоментальні ознаки мовні засоби, адже «Акумулюючи в собі всі вияви буття етносу, зауважує Т. О. Лещенко, – мова є невичерпним джерелом інформації про історію, звичаї, традиції матеріальної культури й духовного життя нації» [2, с. 253].

Дослідники цього феномена (С. К. Богдан, О. В. Бондаренко, І. О. Голубовська, С. Я. Єрмоленко, В. В. Жайворонок, В. І. Крячко, І. С. Крячко, Я. К. Радевич-Винницький, М. М. Слюсаревський, М. І. Шлемкевич, В. М. Янів та ін.) представили українця емоційним, щирим, волелюбним, толерантним і демократичним патріотом своєї Батьківщини.

Мета розвідки – виявити особливості функціонування лексем з абстрактною семантикою як словесного репрезентанта специфічних ментальних універсалій українців.

Джерельною базою послужили поетичні твори, опубліковані у збірці Т. Г. Шевченка «Кобзар».

Досягнення мети передбачає вирішення низки завдань:

- подати лінгвістичне тлумачення абстрактних слів;
- узвичаєну класифікацію абстрактних номінацій;

– відстежити специфіку представлення розглядуваного словесного масиву як виразника ментальних ознак українців.

Сам термін «абстрактний» з'явився у Середньовіччі. Натепер абстрактні слова привертають увагу сучасних мовознавців як такі лінгвальні феномени, що перебувають у точці перетину мови і свідомості, мовлення й думки. Здатність до абстрагування забезпечує саме мова [1]. Можемо стверджувати, що дослідження абстрактних номінативних одиниць дотичне до проблеми співвідношення мови й мислення, яка цікавила учених від самого моменту виникнення мовознавства.

У лінгвістиці поняття «абстрактний» вживається, наприклад, у таких словосполученнях: *абстрактне слово, абстрактний іменник, абстрактна лексика, абстрактна назва, абстрактне значення, абстрактна дія, абстрактне дієслово, абстрактні форми, абстрактне речення*. У мовознавчому контексті абстрактні слова – це поняття, які не сприймаються органами чуття, а існують лише у свідомості носіїв мови. Установлено, що це слова, які позначають якості, властивості, стан, процес, дію, поняття міри, маси, відстані, природні явища.

Абстрактна лексика посідає значне місце в лексико-семантичній системі української мови. Абстрактні слова, що називають неконкретне явище або предмет, виражені іменниками. Лінгвісти зазначають, що лексеми з абстрактним значенням є найбільш вживаними в порівнянні з іншими шарами лексику (І. І. Ковалик, В. В. Німчук, Л. М. Полюга, О. О. Потєбня, І. П. Чепіга та ін.).

Розподіл абстрактних слів за різними критеріями необхідний для встановлення зв'язків між цими словами, вияву в них схожого та відмінного. Серед українських мовознавців першим, хто висвітлив це питання був Л. Полюга. Він створив класифікацію абстрактних слів, яка стала фундаментом в працях багатьох інших мовознавців в пошуках різних підходів до класифікації абстрактної лексики [1], а також згрупував абстрактну лексику відповідно за семантичним критерієм на слова, що вказують на:

1) стан: *Отакый-то на чужині сон мені приснився! Ніби знову я на волю, на світ народився («Сон» («Гори мої високії...»); Уродила рута... рута... **Волі** нашої отрута; А **надію**... Вітер по полю розвіяв... («Чигирене, Чигирене...»); Нащо мені тая слава...слава... («Дівочії ночі»); Свої догмати!... Кров, пожари. Всі зла на світі, війни, **чвари** («Єретик»);*

2) почуття: *Мені ж, мій боже, на землі подай любов, сердечний рай! І більш нічого не давай!* («Молитва»);

3) процес: *Ні, настане час великий, Небесної кари* («Єретик»);

4) якість: *Я любить, я жити хочу Серцем не красою! (Дівочії ночі); Осміли твою славу, і силу, і волю...* («Єретик»);

5) риси характеру: *На суд нечестивий. Проти Христа. Свари, гомін, то реве, то виє...* («Єретик»);

6) різні вияви інтелектуального рівня людини: *Якби ви вчилися так, як треба, то й мудрость би була своя («І мертвим, і живим, і ненародженим...»); І вольний розум окував кайданами лихої ночі* («Єретик»);

7) відносини між особами, народами: *Не заріже батько сина, своєї дитини, за честь, славу, за братерство, за волю України. («Гоголю»);*

8) поняття етикету;

9) терміни: *Отим положено конглавом, Хто без святої булли вмер...* («Єретик»).

За вище наведеними прикладами, ми можемо впевнитися в тому, що у творчому доробку Тараса Шевченка репрезентовано різні за значенням абстрактні лексеми.

Отже, абстрактна лексика, представлена у творах Тараса Шевченка, увиразнює чуттєвість його лірики, підтверджує тісний зв'язок із національною ментальністю, вітчизняним понадміру чуттєвим психотипом. Абстрактні номінації відображають специфічні для українського етносу етноментальні характеристики, – мудрість, чесність, справедливість, патріотизм, розум тощо – свідчення тісного взаємозв'язку мови і ментальної культури.

1. Полюга Л. М. Українська абстрактна лексика XIV першої половини XVII ст. К., 1991. – 249 с.

2. Лещенко Т. О. Формування лінгвокраїнознавчої компетенції іноземних студентів медичних ВНЗ засобом української пісні. Творчість Раїси Кириченко в культурному просторі України на покордонні ХХ–ХХІ століть: до 70-ліття від дня народження Берегині української пісні : зб. наук. праць. Полтава, 2013. – С. 253–263.

АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ У МЕДІАДИСКУРСІ

Самсоненко К.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Смельянова О. В.

Новітнє суспільство – інформаційне суспільство, з цим важко не погодитись. Світ людини – це світ цінностей.

Засоби масової інформації часто виступають у ролі додаткової влади, яка виконує функції контролера та публічного критика дій політичних еліт, економічних та інших проблем: невірний політичний крок, неточно сформульована думка одразу потрапляє у поле зору журналіста.

Образ країни, як і будь-який інший образ, не є одновимірним. Образ будь-якої держави завжди був одним із ключових моментів самоідентифікації країни. Тема образу країни вже довгий час перебуває під пильною увагою дослідників та науковців.

Отримана людиною інформація про навколишній світ зберігається у свідомості у вигляді образів та асоціацій. Образ будь-якого фрагмента реальності – це абстрактне узагальнене уявлення, динамічне і мінливе за своєю природою. Однією із таких складних когнітивних сутностей є образ держави.

Термін «медіа образ» зазвичай використовується для позначення створеного засобами масової інформації образу держави чи окремого політичного лідера. Однією із стратегій мовного впливу є мовна маніпуляція, яка є найефективнішим видом створення упереджених оцінних суджень та прихованого впливу на соціум.

Аксіологічна проблематика займає особливе місце у філософській думці. Аксіологічна лінгвістика – це дослідницький підхід, що застосовується до лінгвістики та використовує її досягнення у своїх цілях. Аксіологічний аналіз – це визначення суджень, виражених мовою та текстами. Слово «аксіологія» походить від грецького поняття «цінність»; у філософії аксіологія означає теорію цінностей та є однією із розділів філософії. Вона вивчає питання, пов'язані з походженням цінностей, їх місцем у реальності, тобто взаємодією цих цінностей між собою, а також соціокультурними фактами та особистістю.

Поняття цінності є основним для людини, одним з атрибутів свідомості, що є системою цінностей. Значення може бути як

позитивним, так і негативним. Людина під час своєї пізнавальної діяльності не може не оцінити реальність. Зв'язок людини із реальністю зводить цінність у ступінь основних категорій світосприйняття суб'єкта. Відповідно, представники гуманітарних наук: філософії, педагогіки, психології, соціології, лінгвістики постійно досліджують дані процеси з різних позицій та підходів у науці.

Аксіологічний аналіз полягає у виявленні значень, виражених мовою та текстами. Метою аксіологічного аналізу є виявлення та опис у національній лінгвістичній картині світу, а також її соціально визначених сегментів – цінностей окремих соціальних груп та осіб. Оцінка як текстотвірна категорія тісно переплетена з обумовленістю, насамперед причинно-наслідковою, яка також бере участь у створенні внутрішньотекстового смислового простору [1, с. 165].

Як не всі тексти потрапляють у поле зору лінгвіста, так і предмет лінгвоаксіології, у звичайному випадку, обмежується актуальними, з точки зору дослідника, цінностями або лінгвістично привабливими способами їх вербалізації. Аксіологічна лінгвістика вивчає цінності суспільства через їх відображення у мові. Методи лінгвоаксіології дозволяють на підставі аналізу мовних способів оформлення висловлювання та обставин породження тексту визначити ціннісне ставлення автора до описуваного фрагмента дійсності.

В умовах інформаційного протиборства тексти ЗМІ стають каналом трансляції державної ідеології. У зв'язку з цим із засобів інформування вони перетворюються на засоби ідеологічного впливу, формуючи певне ідеологічно "правильне" бачення навколишнього світу та поділяючи весь світ на «своїх» та «чужих». Необхідність створення ідеологічно обробленого бачення реальності впливає на структуру, зміст та мовне оформлення текстів ЗМІ.

Проблема мовної репрезентації образу України у сучасному англomовному медіадискурсі відкриває широкі горизонти для подальшого дослідження з різних позицій лінгвістичного знання. Стрімко змінюються ціннісні орієнтири та переваги соціуму, виникають нові міфи, складаються та видозмінюються стереотипні уявлення в англomовному медіадискурсі. Залежно від цих параметрів змінюється й мовне сприйняття інформації. Для новинних статей відбираються лише ідеологічно значущі факти й думки й оформляються за допомогою таких засобів мови, які можуть

сформувати потрібне уявлення та оцінює сприйняття з боку аудиторії. Отже, можна говорити про ідеологемосентричну побудову текстів ЗМІ, завдяки якому людина просто засвоює систему ідеологем, закладену в медіаматеріал.

1. Евтюхин В. Б. Группировка полей обусловленности: причина, условие, цель, следствие, уступка // Теория функциональной грамматики. Локативность. Бытийность. Посессивность. Обусловленность. СПб., 1996. С. 138–174.

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТРОЛІНГУ В АНГЛОМОВНІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Сідаш К. С.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент, Жулавська О. О.

Такі чинники як становлення та розвиток інформаційного суспільства, бурхливий розвиток інтернету, сприяли появі нових феноменів, що вимагають наукового вивчення та прогнозування. Розвиток інтернет-технологій призводить до формування специфічної інтернет-субкультури, що включає різні компоненти та виконує певні соціальні функції. Так, Беркій Т. М. в роботі «Соціальні мережі: різні аспекти впливу на людину» зазначає, що «На тролінг як соціальне явище звернули увагу на Заході наприкінці 90-х років» [1].

І, хоча, увага науковців до такого феномену як тролінг останнім часом набагато вища, тролінг в мережі Інтернет активно розвивається і є не достатньо вивченим явищем.

Об'єктом цього дослідження є мовна презентація феномену тролінгу

Предметом є характерні риси, що простежуються в лексичній презентації тролінгу в англословній лінгвокультурі.

Мета роботи полягає в тому, щоби розкрити лінгвокультурні особливості взаємодії тролів з іншими учасниками віртуальної комунікації в глобальній мережі.

Завдання, які вирішуються для досягнення поставленої мети, полягають у тому, щоби:

- Проаналізувати приклади тролінгу на англomовних форумах з лінгвокультурної точки зору
- Визначити способи ефективної взаємодії з мережевими троями на лінгвальному та культурному рівнях.

Визначення тролінгу з Оксфордського словника звучить так: «To troll - make a deliberately offensive or provocative online post with the aim of upsetting someone or eliciting an angry response from them».

На лексико-семантичному рівні спостерігаємо лексеми, що висловлюють агресію через пейоративну лексику, яка реалізує сумніви щодо інтелектуальних, фізичних, або індивідуальних властивостей реципієнта. Наприклад, на коментар одного користувача інший відповідає:

(1) *Humanity: "Can we get serious ban hammer on people who start replying to every reply baiting people into going off topic of discussion the thread was made for"*.

Dimensir: "You come across as a very bitter and angry person".

Некоректні порівняння адресата та його родичів із тваринами чи фольклорними персонажами також репрезентують лексико-семантичний рівень. Так, користувач Moob прирівнює іншого користувача до кролика, наприклад:

(2) *"I'm sorry friend, hopefully you can begin your glorious rabbit man crusade soon"*.

На оказіональному рівні лінгвокреативні можливості тролів можуть бути репрезентовані із допомогою аналогії, наприклад:

(3) *"You make a lot of posts with rather silly topics/ideas and get very jaded over anyone disagreeing with you. It's not trolling it's disagreeing don't be a special snowflake and get offended by everything"*..

Пости тролів часто характеризуються наявністю еліптичних конструкцій, незавершених синтаксичних конструкції, а також порушенням правил орфографії (тобто брак капіталізації слів на початку речень), наприклад:

(4) *"Yeah, you people not seeing the Godfather films are crazy. I guess that's what I get for signing on to a forum with nothing but comicbook nerds. If there's not a person in a goofy costume, then it ain't worth seein'... lol"*.

Поміж інших синтаксичних характеристик повідомлень ВМО «троль», поширеними є використання простих та складносурядних речень. Вважається, що учасники віртуальної комунікації мають

тенденцію до вираження власних думок із допомогою простих речень у більшості випадках [3].

Підбиваючи підсумки, хотілося б зазначити, що інтернет-тролінг є, безсумнівно, негативним явищем із соціального погляду й жодна особа не має зазнавати знущання. Проте, з лінгвістичного погляду, тролінгова лексика є невід'ємною частиною інтернет-дискурсу й має вивчатися на рівні з іншими його аспектами.

1. Беркій Т. М. Соціальні мережі: різні аспекти впливу на людину. [Режим доступу: https://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it-law-berkiy-social-networks-and-there-involves/]
2. Зінченко О. В. Психологічна характеристика інтернет-тролінгу і флейму у підлітковому віці. Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту. Вип. 103. Т.1: Серія: Психологічні науки. 2012. С.26-31.
3. Herring S., Job-Sluder K., Scheckler R., Barab S. Searching for safety online: managing «trolling» in a feminist forum. The information society. 2002. Vol. 18. P. 371–384.

ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Сімакова А. О.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.

(Сумський державний університет),

канд. філол. наук Даходір Омонов

(Каршинський державний педагогічний університет,

м. Карши, Узбекистан)

Міжкультурна комунікація передбачає спілкування між носіями різних культур і різних мов. Учасники такого виду комунікації завжди мають певну культуру, і саме причетність кожного учасника міжкультурної комунікації до окремої певної культури створює проблеми і складнощі в розумінні один одного. Через політичні, економічні або інші явища, люди мусять залишити свою країну і вступити в комунікацію з громадянами іншої держави. Все більше стають популярними шлюби між громадянами різних країн, розвивається туризм, та навчання за кордоном. Саме це робить актуальним дослідження цієї теми.

До проблем міжкультурної комунікації можна віднести принципівість не виходити із зони свого комфорту. Живучи в іншій країні, людина мусить комунікувати з громадянами цієї країни їхньою мовою, але така людина все одно може завжди обирати невербальний засіб спілкування через використання жестів або якісь знаки. Дуже важливим є грамотне застосування жестів і знаків, адже лише тоді воно буде дієвим. Звичні жести для нашої культури, можуть здатися для представників іншої культури незрозумілими або навіть образливими. Ця проблема відноситься більш до індивідуальних особливостей комуніканта.

Правильне використання комунікативних засобів може допомогти подолати цю проблему. В такому випадку треба навчитися долати власні стереотипи, і вміти знаходити саме той засіб спілкування, якого потребує ситуація. До прикладу можна навести Францію, де люди при зустрічі цілують один одного в щічку, навіть якщо не є знайомими, але таке привітання в інших країнах може бути неприпустимим. Наприклад, мусульманські країни.

До більш соціальних проблем ми можемо віднести в цілому суперечки і конфлікти між культурами. Найпоширенішими причинами все ж таки залишаються політичні або історичні зв'язки представників даних культур. У такому випадку комуніканти просто не зможуть піти на компроміс не тільки через власні установки, а й через установки своєї культури загалом.

В такому випадку треба прагнути до знаходження компромісу, та бути відкритим до вивчення чужої культури, поважати цю культуру, і дотримуватися її правил, звісно, що не порушуючи правил своєї власної культури.

Отже, тема міжкультурної комунікації дійсно є важливою в наші часи. Можна зробити висновок, що проблеми у цьому виді комунікації є, і подолати їх також можна. Лише детальні дослідження і прогнозування міжкультурної комунікації можуть призвести до позитивних результатів у налагодженні спілкування між носіями різних культур та мов.

1. Печенікова Л. М. Актуальні проблеми міжкультурної комунікації у соціологічному аспекті. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/30671/SMK_18.pdf?sequence=1 (дата звернення 29.10.2022)

2. Осипов П. І. Міжкультурна комунікація: проблеми і перспективи. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/zbirniku/7/8.pdf> (дата звернення 29.10.2022)
3. Швачко С. О., Анохіна Т. О. Лінгвістичний статус паузи (на матеріалі англійських художніх текстів). – Вісник Сумського державного університету. Серія філологічні науки. 2002. №3(36). С.116-121

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ У СУЧАСНОМУ БРИТАНСЬКОМУ ВАРІАНТІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА

Стребуль О. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. пед. наук, ст. викладач Красуля А. В.

Фразеологія є важливим розділом мовознавства. Англійська фразеологія дуже багата і різноманітна за структурою та семантикою. Вивчення характеру та особливостей фразеологічної структури та семантики можна віднести до проблем, навколо яких все ще виникають суперечки. У мові кожного народу є стійкі вирази, такі стійкі поєднання називаються фразеологізмами, фразеологічними одиницями.

Фразеологізм – це відтворюваний у мові зворот, побудований за зразком творчих чи підпорядкованих словосполучень (непредикативного чи предикативного характеру), що має цілісне значення і поєднується зі словом. Основною властивістю фразеологічної одиниці, що відмежовує її від вільного поєднання слів і водночас зближує її зі словом є відтворюваність, яка, за словами В.П. Жукова, є регулярною повторюваністю, відновлюваністю в мові мовних одиниць різного ступеня складності, тобто неоднорідних утворень.

Саме властивістю відтворюваності пояснюються всі інші ознаки, властиві фразеологічним одиницям, насамперед стійкість у складі, структурі та цілісність значення. Під стійкістю розуміється міра, ступінь семантичної злитості, нерозкладності компонентів. Стійкість нерозривно пов'язана з ідіоматичністю. Деякі лінгвісти вважають, що термін ідіоматичності вимагає пояснення.

Ідіоматичністю мовлення вважають психолінгвістичний і лінгвістичний феномен своєрідності світосприймання і вербального

менталітету нації, що виражається в закріпленні і мовленнєвому узусі певної мови синкретичних мовленнєвих одиниць різного ступеня стійкості, як в плані структури, семантики й особливостей вживання та викликають труднощі при доборі повних еквівалентів мов.

Ідіоматичні мовленнєві одиниці – це такі мовленнєві одиниці, які відображають особливості вербального менталітету нації носіїв мови, варіюються за ступенем стійкості та структурної організації, мають синкретичні прагматичні значення і викликають труднощі при доборі повних еквівалентів в інших мовах [1, с. 42].

Дослідження структурно-граматичної організації фразеологічних одиниць привертають увагу вчених. Відповідно до структурно-граматичної ознаки, ми виділяємо найбільш частотні групи: субстантивні, дієслівні, ад'єктивні, адвербіальні та фразеологічні одиниці, що відповідають структурі речення. Аналіз матеріалу фразеологічних одиниць дозволяє визначити, що найбільш численними є субстантивні та дієслівні фразеологізми.

Серед субстантивних фразеологічних одиниць виділяється атрибутивно-препозитивний тип в англійській мові N+N: *state boss; a paper tiger*. У британському варіанті англійської мови компоненти субстантивних фразеологізмів можуть бути поєднані зв'язком N+and+N: *blood and iron; the throne and altar; Fetcher and carrier* [2].

Найбільш численний підклас дієслівних фразеологічних одиниць представлений структурою V+N: *take control; lead the way; boss/run the show* [2]. Адвербіальні фразеологічні одиниці функціонують як обставини та виражають характеристику дії та ступінь якісної характеристики предмета. Звороти з підрядним зв'язком компонентів починаються з прийменника, наприклад: *in smb's fingers, by strong arm/hand, on one (bented) knees*. Адвербіальні фразеологічні одиниці поділяються на кілька типів відповідно до кількості компонентів і за ознакою наявності або відсутності прийменника. Виділяються двокомпонентні, трикомпонентні та чотирьохкомпонентні фразеологічні одиниці: *between Scylla and Charybdis, between the upper and nether millstones* [2; 3].

Фразеологічні одиниці з погляду структурно-граматичної організації можуть бути представлені реченнями. Таким чином, фразеологічні одиниці британського варіанту англійської мови зі структурою речення представлені прикладами, побудованими за моделлю як простого, так і складного речення. Фразеологізми зі

структурою простого речення є численною групою, наприклад: *Somebody's word is law; Might goes before right* [2; 3].

Дуже часто в британському варіанті англійської мови функціонують фразеологізми біблійного походження, які є здебільшого ілюстрацією певних епізодів Священної історії Старого та Нового Завітів. Так, вираз *garden of Eden* – "рай земний, райський куточок" сходить до біблійної розповіді про рай – прекрасний сад, де жили Адам і Єва до свого гріхопадіння [2].

Група фразеологізмів із компонентом *Tyburn* має історичне походження. *Tyburn* – це назва села у графстві Міддлсекс (нині частина Лондонського міського округу Вестмінстер). Це місце з 1196 по 1783 було офіційним місцем проведення страт засуджених міста Лондона, що відбилося у семантиці наступних фразеологізмів: *to dance the Tyburn jig* – "бути повішеним", "закінчити життя на шибениці"; *Tyburn dance* – "повішення"; *king of Tyburn* – "кат"; *Tyburn tree* – "шибениця" [2; 3].

Історія походження деяких фразеологізмів пов'язана з такою рисою англійців як розподіл своїх громадян на "міщан" та "провінціалів". Так, фразеологізмом *people north of Watford* лондонці зневажливо називають "провінціалів", тобто "людей, що живуть на північ від Уотфода" [2]. Уотфорд – місто в графстві Хартфордшир, на північному заході від Лондона. Це вираз натякає на провінційні манери або обмежений кругозір людей, що живуть на північ від Уотфода, на відміну від світських манер жителів Лондона та графств, що оточують його. Ті, хто живе у столиці або на півдні Англії, традиційно вважають себе вищими за тих, хто мешкає в інших місцях Британії.

Деякі британські фразеологізми показують стереотипи національного менталітету. Недалеко від Кембриджу є невелике поселення *Trumpington*. Згідно одного зі стереотипів, у цьому селі жили дуже недалекі люди, які прославилися своєю дурістю та поганими манерами. У результаті з'явився вираз *to be born in Trumpington* – "бути дурнем" [3].

У семантиці фразеологізму *all Lombard Street to a China orange*, який використовується для порівняння великої цінності з предметом, що не має жодної ціни, закладено стійке фінансове становище ділового району Лондона, зокрема і Ломбард-Стріт, де знаходилися і нині перебувають великі банки.

Зауважимо, що у сучасному британському варіанті поширені фразеологічні одиниці за висловлюванням через них позитивного чи негативного ставлення до людини, залежно від її соціального становища. Наведемо приклади: Позитивне ставлення: *Make one's way in life* – "вибитися в люди, вибитися на дорогу" [3] – після довгих зусиль досягти, досягти гарного суспільного становища. Негативне ставлення: *Out of the woodwork* – "із бруду в князі" – із низького становища "стрибнути" на більш високий рівень, найчастіше негідним способом [2].

Фразеологічні одиниці також можуть описувати соціальний стан людини безпосередньо і опосередковано, через ставлення до неї, через її вчинки. Пряма характеристика соціального статусу людини: *Be in the limelight* – "мати на увазі"; *Walk heavy* – "високо літати"; *Cero absoluto* – "нуль без палички" [2; 3]. Непряма характеристика через дії та манеру поведінки – такі фразеологізми застосовуються в мові, коли описують дії будь-якої людини, які дуже наочно характеризують його соціальний статус: *Hit in big* – "різко піти в гору" – став займати вищу позицію [2].

Отже, фразеологічні одиниці є надбанням мови та входять до лексичного складу цієї мови. Вони використовуються в мові як готові одиниці, тобто відтворюються в мові. Фразеологізми є унікальним лінгвістичним феноменом, що відрізняється яскравою виразністю, образністю та емоційністю.

1. Подосиннікова Г. І., Ковтун Т. В. Формування англомовної лексичної компетентності на матеріалі ідіом в учнів 9 класу закладів загальної середньої освіти. Науково-методичний журнал "Іноземні мови", 2020. С.41-47.
2. Webster's Third New International Dictionary of the English Language, Unabridged : a Merriam-Webster Reg.U.S. Pat.OFF, with Seven Language Dictionary: in 3 vol. / ed. In Ch. Ph. B. Gove. Chicago; Auckland; Geneva; London; Manila; Paris; Rome; Seoul; Sydney; Tokyo; Toronto; New York : Encyclopaedia Britannica, 1993. 915 p.
3. The Oxford Dictionary of Idiom / edited by Judith Siefring. New York : Oxford University Press, 2004. 340 p.

**DIFFERENT KINDS OF LANGUAGE USED BY MEN AND
WOMEN AT CHIRCHIK STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY
IN ACADEMIC YEARS 2021/2022**

*Evelina Maratovna Tasanova,
Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li
(Chirchik State Pedagogical University,
Chirchik, Uzbekistan)*

Language is one of the features that distinguishes humans from other species. Language serves a social purpose, both as a tool for communication and for distinguishing social groups. Language is one of the social institutions, just as marriage, inheritance, and so on have signified the need of paying attention to the social component of language. However, in the middle of the twentieth century, people became aware of the intimate relationship between language and new society.

Linguists begin to recognize that studying language without connecting it to society will exclude certain vital and intriguing features, thereby reducing the scope of the language field itself. Sociolinguistics is the study of language in its social context. We remove the potential of finding a social explanation for the structure used if we study language without referring to those who use it. Language attitudes (language attitude) in multilingual cultures are an intriguing issue to study from a sociolinguistic standpoint, because language attitudes can determine a language's survival.

Language Variety Language is defined as “variations of language according to varied usage according to the issue being talked, according to the relationship of the speaker, companion, and the person to be spoken. In the topic of women's style, it can be claimed that they utilize different kinds of men indirectly, because their cultural norms are distinguished by their function and standing in society, thus women have their own variation. Language variety by gender develops because language, as a social phenomena, is inextricably linked to social attitudes. Men and women differ socially because society assigns distinct social roles to individuals and people expect different patterns of conduct. Language is simply a mirror of social reality. Women's speech is not only different, but also more “genuine”; it is a mirror of social reality, and women are often expected to exhibit more true social behavior. The greater and more rigid the difference between men's and women's social roles in a society, the wider and more rigid the inclinations of discrepancies exist.

Gender Theory as a Method Gender, in general, can be defined as a social differentiation imposed on biological or observable distinctions between the sexes. This notion distinguishes clearly between nature, namely biological and social differences. The concept of gender is distinct from the concept of sex. Some experts define gender as “looking at the distinctions between men and women in terms of their qualities, attitudes, and behaviors in a socio-cultural environment.” The distinction is only visible from the sex angle. Gender encompasses far more than just psychological distinctions in the human body.

Gender is defined as the awareness of variations in attitudes, behaviors, roles, and responsibilities between men and women who are dichotomized in society. The pattern is widely accepted, used, and regarded as “normal” and “natural” in that society’s culture. The nature of the hormonal nucleus at the moment of conception causes differences in biological status. However, when man is born into the world, he enters the cultural realm of society in which he lives. If he is raised in a gendered societal culture, his attitude, viewpoint, and behavior will reflect this.

If he is raised in a gendered societal culture, his attitude, viewpoint, and behavior will reflect this. The application of gender notions, which are typically strongly ingrained in societal conventions and cultures, will segregate men and women into various expectations and roles, based on the generalization of masculine and feminine stereotypes.

If language is linked to age, gender, and social position, it cannot be separated from the study of social science (sociology) and linguistics; the three above will immediately classify the community into diverse groups. Sociolinguistic studies is a blend of sociology and linguistic disciplines that investigates the relationship between language and society. In sociolinguistic studies, the following will be discussed in length regarding the link of language to age, gender, and social standing.

Age separates the community into three age groups: children, adolescents, and adults. Limits between age groups cannot be defined with certainty in this case. When it comes to the relationship between language and age or age of the language user, it immediately ties the above with a social dialect, language variation according to the speakers’ social status, class, and class. Language variations utilized by children, adolescents, adults, and the elderly differ with age. Nonetheless, the variation of speech is temporary because the users of the speech varieties also experience changes in age; as a person’s age changes, so does the variety of speech that he or she uses; for example, when a child is in his teens, he or she

abandons the variety of his or her children's speech that seemed simple and switches to a more unique and varied variety of adolescent speech.

It is supposed to be that the older a person gets, the more words he learns and the more he understands the structure of the language.

Children employ a variety of speech that differs from the variety of speech used by adolescents and adults. This form of speech is distinguished by fewer connecting words, conjunctions, front words, particles, and so on.

As previously stated, adolescent speech is more unique and diversified. The distinctiveness is produced by teenagers' proclivity to form exclusive groups that distinguish themselves from other groups by producing languages that appear secret (slang) that only members of the group understand. The variety of adults in society is defined by their adherence to the linguistic laws that govern each of these languages.

Men and women are the two recognised sexes in society. According to sociolinguistic science, there is a difference in the diversity of speech used by men and women when it comes to language use. To make things easier to grasp, men will be shortened to M and ladies will be shortened to L.

There are various aspects that contribute to language variations between men and women, including voice and intonation. It is commonly known that M and L have various types of sounds; in general, the L voice is alto and soprano, whereas the M voice is tenor and bass. This is due to the variation in the bodily organs that produce sound between M and L.

This study is a form of qualitative study. The qualitative data analysis performed in this study is done in the form of tables. Its goal is to make correct findings easy to verify (valid). As a result, the researcher prepares the meal in the form of a valid conclusion that is simple to understand. Students in Chirchik state pedagogical university provided the data for this study. The data from the application of the features of language differences writers take through dialogue students A covertly recorded to avoid disturbing nature. Furthermore, the questionnaire approach is sourced from students B followed by data from students A's everyday activities, and the authors collect data using interview methods obtained from students B. The research was carried out in Chirchik state pedagogical university setting.

This study ran for half a semester, from the beginning of January to the end of February 2022 academic year 2021/2022.

Existing data were acquired in this study using methodologies typically utilised in qualitative research, namely: a. interview, b.

observation, and c. documentation. The work of data processing or interpretation is referred to as data analysis. Data analysis is a set of operations for reviewing, classifying, systematizing, and verifying scientifically valuable data. The data gathered from the research findings included a variety of information about the discoveries in the field. The data that many researchers may use to modify the path of research that has been developed in the focus of research. As a result, data analysis is required. The data analysis process begins with all data acquired from various sources, such as interviews, observations, and documents. Such arrangements are carried out in a systematic, rational, and logical manner. Meanwhile, some researchers state that “Qualitative data analysis is an effort done by working with data, structuring data, separating into manageable pieces, researching it, identifying and detecting patterns, determining what is significant and what is learned.”

Conducting interviews with male respondents in accordance with established interview guidelines. The interview findings are analyzed based on changes in rigidity, modesty, and subtlety, long and short sentences, and the main word type utilised. Incorporate the analysis results into the table. Summarizing the findings of the analysis. To solve problem number two, follow these procedures. a. Conducting interviews with female respondents in accordance with established interview norms. b. The interview findings are analyzed based on changes in rigidity, modesty, and subtlety, long and short sentences, and the main word type utilised. Incorporate the analysis results into the table. Summarizing the findings of the analysis.

Differences in the language of men and women, in this example students, are not directly related to language or structure problems, but to other factors that follow the speech. Leg motions and facial expressions are also examples of nonverbal communication. Women, according to historical history, have weak feminine qualities and require male protection.

Women, for example, are stereotyped as being reliant, passive, difficult to make judgments, tough to lead, and need self-protection. It is also stated that the positive stereotypical characteristics of women are often tied to the feminine desire to be outspoken about the situations that appeal to them, their demands, and functions. Women are typically characterized as soft-hearted creatures with neat personalities who dislike harsh words and are patient and meticulous. A woman acts gently and speaks sweetly not because she is physically female, but because her society and culture have conditioned her to do so.

Women's space is frequently represented in the traditions and languages that survive and grow in society, even in the attitude and behavior of language. Scientists explain the notion of taboos in this regard. According to them, taboo is tied to etiquette and social intercourse, and persons who do not wish to be regarded "disrespectful" will avoid using particular terms. Women prefer to converse and mutually express what they think and feel in the society of women since it is tied to its expressiveness about the situations that interest him, his wants and functions. According to Deborah Tanen [1998, p.19], "Women are stereotyped as possessing stereotypical characteristics, such as the desire to chat for an extended period of time without imparting relevant information. However, their capacity to communicate with one another permits them to sustain friendships."

For some women, conversational language is largely a language of relationships, which is used to develop connections and negotiate. The look of similarity and experience matching are prioritized [Deborah Tanen, 1998, p.72]. It is also claimed that women are less candid and prefer to obtain agreements through negotiation. Even if the purpose is the same, women prefer to demonstrate solidarity rather than power. Women, for example, may aim to employ forms that are deemed more polite in the process of speaking and as a negotiating strategy because of their delicate nature and dislike of using harsh phrases. In Indonesian society, especially in regional languages, it is commonly stated that women avoid using genital or other "filthy" phrases.

"These words appear to be taboo among women, as if they were a male monopoly" [Sumarsono and Paina, 2000, p. 107]. Women prefer to discuss and express what they think and feel because they are tied to their expressive nature of conditions that appeal to them, their needs, and function. Women are adversely considered as having stereotyped traits, that is, they tend to talk for long periods of time without imparting relevant information. However, their capacity to keep chatting to each other permits them to keep friendships.

In terms of linguistic variants, it can be argued that male respondents in Chirchik state pedagogical university daily life use a variety of non-standard with regional dialect features. This is due to the fact that the language utilised on a daily basis. The language employed is relatively polite and tends to be harsh in terms of modesty and subtlety. Male respondents' sentences are typically brief and filled with verbs. Adjectives are rarely used in the interview. The psychology of males, who tend to be

rational and realistic, causes the usage of short phrase patterns as well as the appearance of adjectives, so the words are not longwinded, concise, solid, and clear.

The sophistication of language, the length of the sentence, and the type of term employed distinguish masculine and female variations. Women are more nuanced and orderly, use longer sentences, and always include adjectives in their speech, whereas men are more abrasive, use short phrases, and more dominating verbs. Subtlety, phrase length, and word choice are all influenced by psychological differences between men and women. Men are rational, whilst women are emotional. Women are more verbally expressive than men. Furthermore, due of social standards that constrain women to talk more gently and nicely, women are more subtle in their vocabulary. The vocabulary employed is quite courteous and tends to be rude, with courtesy and nuance.

1. Aminova, S. A., & Boboyeva, D. (2022). TALABALARNING KOMMUNIKATIV KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI TUTGAN O'RNI. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(4), 147-151.
2. Asiljonova, S. D., Abralova, M. A., Saydullayeva, O. L., & Umirzakova, N. A. (2022). INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA MAQOLLARNING MILLIY-MADANIY, UNIVERSAL XUSUSIYATLARI VA TARJIMA JARAYONIDAGI MUAMMOLARNING TAHLILIIY NATIJALARI. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(4), 304-309.
3. Aminova, S., & Qurbonova, U. (2022). THE ROLE TECHNOLOGY PLAYS IN THE KNOWLEDGE CREATION PROCESS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(3), 435-439.
4. Ergasheva, M. Q., & Umarova, D. R. (2022). CHET TILLARINI O'RGANISHNING ENG SAMARALI USULLARI. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 247-250.
5. Abdurahimova, D. A., & Kobilova, N. R. (2022). PRONUNCIATION PROBLEMS OF ENGLISH LEARNERS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies (CARJIS), 2(1), 344-349.
6. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022

ВАРІАТИВНІСТЬ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ БРИТАНСЬКОГО ТА АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Чуднівцев А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.

У системах британського та американського варіантів англійської мови спостерігаються численні розбіжності на всіх мовних рівнях, але характер цих невідповідностей не зачіпає систему англійської мови в цілому, що дає підставу вважати американську та британську англійську варіантами однієї мови, а не двома різними мовами.

Фразеологічні одиниці заповнюють ці лакуни в лексичній системі мови, і часто є єдиними позначеннями властивостей, станів і процесів. Варіативність ФО розглядається нами як їхня здатність формувати нові чи якимось чином змінювати існуючі лексеми та фразові інновації.

Види трансформацій ФО [1]:

- розширення компонентного складу фразеологічної одиниці;
- скорочення компонентного складу фразеологічної одиниці;
- субституція компонентів фразеологічної одиниці;
- трансформація на основі певних граматичних процесів всередині фразеологічної одиниці;
- контекстуальне переосмислення фразеологічної одиниці з підвидами всередині кожного виду.

Проте, при аналізі варіативності фразеологічних компонентів у британському та американському варіантах англійської мови види трансформацій дещо відрізняються, а саме – були виявлені різні види заміни компонентів, які ми виділили в окремі групи та проаналізували.

Спочатку треба ознайомитись із розширенням компонентного складу ФО, яке проілюструємо таким прикладом: *tell **the** time (Br)* та *tell time (Am)*, де в американському варіанті не використовують артикль *the*. У народі панує така думка, що американський варіант англійської мови є спрощеним, оскільки різні конструкції або правила британського варіанту були змінені на простіші або коротші.

Скорочення компонентного складу ФО можна проілюструвати прикладом: *to go the whole **nine** yards (Am)* – *to go the whole **hog** (Br)*.

Існує багато випадків субституції одного компонента ФО синонімічним словом, коли використовуються американські або британські еквіваленти компонентів: *to cross somebody's path (Br) – to cross someone's track (Am)*. Також часто зустрічається субституція компонентів, коли один компонент замінюється на несинонімічний, а смислове значення не змінюється: *to go pear-shaped (Br) – to go south (Am)*. Приклад субституції, коли відбувається заміна компонентом із синонімічним значенням, а значення самого фразеологічного виразу не змінюється: *to take something with a grain of salt (Br) – to take something with a pinch of salt (Am)*. Зустрічається субституція одного з компонентів на слово з антонімічним значенням, при цьому семантичне значення зберігається: *it's down to someone (Br) – it's up to someone (Am)*.

Заміна одного компоненту ФО на інший компонент із прийменником: *to touch wood (Br) – to knock on wood (Am)*. Також може мати місце субституція, коли один компонент замінюється на два несинонімічні: *to throw a spanner in the works (Br) – to throw a monkey wrench in the works (Am)*. Випадок субституції, коли один із компонентів замінюється на інший з більш ширшим значенням: *to beat a dead horse (Am) – to flog a dead horse (Br)*. *To flog* має значення *to beat or hit, especially with a tool like a stick or rod* [3].

Аналізуючи варіації фразеологічних одиниць, можна побачити випадки субституції лише прийменника: *a new lease of life (Br) – a new lease on life (Am)*. Іноді трапляється субституція компоненту на інший компонент, чие перше словникове значення не співпадає зі значенням замінюваного компоненту: *to blow someone's own trumpets (Br) – to blow someone's own horn (Am)*. *Trumpet* – духовий музичний інструмент. Перше значення слова *horn* у словнику – частина тіла тварини, потім – інструмент, яким сигналять, і лише після цього – музичний інструмент [2]. Окремо можна винести випадки, коли замінюються слова, які можна віднести до однієї категорії. Наприклад, *table it (Br) – shelve it (Am)*. Як слово *table*, так і слово *shelve* відносяться до категорії "меблі".

Переклад ФО може викликати труднощі в перекладачів. Із згаданих вище ФО фразеологічним еквівалентом можна перекласти, наприклад, *to cross somebody's path (Br), to cross someone's track (Am)* – переходити комусь дорогу. У випадку ж ФО *knock on wood (Am)*, еквівалент можна використати тільки для перекладу американського варіанту – постукати по дереву. Для британського варіанту *touch the*

wood можна застосувати аналогію і українською мовою відтворити цей вираз звуконаслідуванням *тьфу-тьфу-тьфу*, яке має таке ж значення, але побудоване на іншому образі. Частковий еквівалент можна використати при перекладі виразів *a storm in a teacup (Br)*, *a tempest in a teapot (Am)* – буря в склянці води.

Використовувати фразеологічний аналог іноді легше, оскільки можна підібрати декілька варіантів перекладу: *to throw a monkey wrench in the works (Am)*, *to throw a spanner in the works (Br)* – вставляти палиці в колеса, ложку з рота вибивати, ставити підніжку.

До деяких розглянутих ФО є неможливим підібрати еквіваленти або аналоги. У цьому випадку можна використати описовий переклад, тобто, по суті, перекладати, пояснюючи сенс ФО. Наприклад, *tell the time (Br)*, *tell time (Am)* – розрізняти час на аналоговому годиннику.

Калькування може використовуватися тільки, якщо результатом перекладу буде вираз, образність якого буде легкою для сприйняття україномовному реципієнту: *to beat a dead horse (Am)* – мертвого коня бити, *to flog a dead horse (Br)* – мертвого коня батогом бити.

У деяких випадках перекладач може використати антонімічний переклад: *to call a spade a spade (Br)*, *to call it as one sees it (Am)* (називати речі їхніми іменами, говорити прямо та начистоту) – кружляти манівцями (говорити натяками).

1. Кузнецова Г. В. Структурно-семантична варіативність фразеологічних одиниць в англійському художньому дискурсі: когнітивний та прагматичний аспекти (на матеріалі творів британських авторів XX –XXI століть) : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04 / Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2008. 23 с.

2. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/horn> (Дата звернення: 17.09.2022).

3. Vocabulary.com. URL: <https://www.vocabulary.com/dictionary/flog> (Дата звернення: 17.09.2022).

Секція 2

«ДИСКУРСИВНА ЛІНГВІСТИКА: ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ»

ІНШОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ЯК СПОСІБ ЗБАГАЧЕННЯ СЛОВНИКА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Аліфіровець М. М.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.

(Сумський державний університет),

канд. філол. наук Зебінісо Аллаїорова

(Каршинський державний педагогічний університет,

м. Карши, Узбекистан)

Актуальність роботи пояснюється тим, що багато науковців сьогодні піднімають питання взаємодії мов і культур, вони досліджують мову як цілісну систему, складний та багатогранний процес, а міжнаціональні запозичення- як один із найпоширеніших методів міжкультурного взаємообміну. Процес запозичення як спосіб термінотворення в сучасній англійській мові є значимим та недостатньо вивченим на даному етапі розвитку словника англійської мови.

Метою роботи було дослідити іншомовні запозичення як один із способів впливу на словник сучасної англійської мови, їхню актуальність як процесу міжнаціонального лексикологічного обміну, збагачення та поширення.

Предметом дослідження є конкатенація чинників збагачення сучасного англійського словника, шляхи запозичення слів та їх асиміляції у сучасний словник англійської мови, фактори впливу на запозичення іншомовних слів у словник сучасної англійської мови та міжнаціональні джерела запозичення слів.

Лексичний склад є найбільш мінливим серед усіх мовних рівнів, адже саме словник першим реагує на позамовні чинники, відтворюючи зміни в політиці, суспільстві, науці й техніці, економіці і т. ін., появу нових речей, предметів і явищ в навколишньому світі. Англійська мова і надалі продовжує поширювати свій словниковий склад використовуючи запозичення з інших мов. Сучасні запозичення

продовжують бути найбільш актуальними зі сфер мас-медіа, торгівлі, та міграційного руху між країнами.

Словниковому складові мови притаманна конкатенація статичного і динамічного. Статичний характер лексичного складу в першу чергу представлений в існуванні постійного ядра, яке практично не змінюється протягом історії розвитку мови завдяки можливості порозуміння між різними поколіннями мовців. Проявом динамічного характеру є розвиток словникового складу мови, що зображується з однієї сторони, в появі нових слів та значень екстралінгвістичної дійсності, яким потрібно дати назву, або потребі дати назви старим предметам та явищам, а також позбавитись від застарілих мовних одиниць.

Серед більшості позамовних чинників збагачення сучасного англійського словника, разом із швидким процесом глобалізації, міжнародних контактів як між людьми, так і між країнами, є їхній взаємозв'язок у сферах економіки, політики, культури, науки та технологій, який посилюється щодня. Серед більшості внутрішньомовних чинників варто зазначити такі як вік, гендер, соціальний статус та ціннісні орієнтації, які в значній мірі впливають на процес розширення лексичного складу англійської мови.

У результаті конкатенації внутрішніх та зовнішніх чинників збагачення сучасного англійського словника, можемо підсумувати, що англійська мова, як мова світового рівня, запозичила величезну кількість слів із іноземних мов, таких як французька, германська, італійська, російська, китайська, японська, грецька, іспанська, арабська та ін.

Основну частину сучасних іноземних запозичень складають, передовсім, словотворчі елементи та наукові терміни. Французька мова залишається основним донором нових слів, проте зараз збільшується вплив на англійську мову японської та азійської мов.

Основною причиною запозичення є - переведення слова із першоджерела, тоді, коли у мові-реципієнті немає існуючих аналогів.

Запозичення та їх асиміляція у словник сучасної англійської мови, як і раніше, відбуваються трьома способами: транскрипція, транслітерація та калькування. Внутрішнім джерелом збагачення виступає словотвір.

Якісне збагачення словникового складу сучасної англійської мови відбувається з допомогою змін семантичної структури слова,

таких як генералізація, метонімія, деградація та елевація, спеціалізація та метафора.

Велика кількість внутрішніх запозичень та соціодіалектів відбулася внаслідок відсутності чіткої межі між літературною та нелітературною мовою.

Запозичені слова надходять в англійську мову шляхом нульової заміни, заміни та часткової заміни. Методи формування гнучкі та різноманітні, завдяки чому мова є виразною. Наприклад, Fenshui китайською, Otaku японською, fajitas іспанською запозичені безпосередньо з мови донора. Сучасні запозичені слова не тільки збагачують англійський словниковий запас, але й роблять його більш енергійним та продуктивним.

Фонетична адаптація слів іноземного походження полягає у пристосуванні фонем і їх сполучень до англійського фонетичного стандарту.

При запозиченні до англійського словника слова з інших мов часто втрачають свої граматичні категорії, закінчення, систему відмінювання і дієвідмінювання та набирають граматичних рис, притаманних англійській мові.

Запозичення з французької мови (ballet, bouillabaise, cabernet), в тому числі військові та воєнні терміни (bastion, brigade, battalion, cavalry).

Збільшення лексики методом запозичень розширило синонімічні ряди англійського словника та спонукало до виникнення нових слів, а також до утворення етимологічних дуплетів.

Питанням вивчення факторів, що вплинули на запозичення іншомовних слів у словник сучасної англійської мови займалися різні науковці, тому й інтерпретація отриманих результатів може дещо відрізнятись.

Таким чином, Е. Дубенець вказує на фактори, що впливають на асиміляцію слова:

1) група мов, з якої було запозичене слово (якщо мови, що взаємодіють між собою, належать до однієї групи, то процес асиміляції відбувається легше);

2) форма запозичення слова – усна чи письмова (слово, запозичене в усній формі, асимілюється швидше);

3) частота вживання слова у мові, що запозичує (швидкість асиміляції прямо пропорційно залежить від частоти вживання слова);

4) тривалість існування слова у мові, що запозичує (з часом зростає ступінь асиміляції)

Внаслідок запозичень зникають з вжитку деякі попередньо актуальні слова. Поміж загальноновживаних слів, які витіснили запозичені французькі, були *flitan – contend*, *bleo – colour*, *here – army* та інші.

Частина запозичень продовжує співіснувати поруч з англійськими формами. Таким чином, французький прикметник *ancient*, наприклад, не зміг витіснити давньоанглійський *eald (old)*.

Орфографія сучасного англійського словника має досить складну систему. Ця складність полягає у запровадженні сполучень французьких літер. Зміни відбулися як серед приголосних, так і серед голосних звуків.

Серед голосних давньоанглійська буква *u*, що передавала звук [u:], набула форми буквосполучення *ou*, *oo*, наприклад: давньоангл. *hus* – новоангл. *house*, давньоангл. *sund* – новоангл. *sound*, давньоангл. *ut* – новоангл. *out*. Давньоанглійські [e] та [y] передавалися як *ie* та *ui*; це явище частково збереглося і в сучасній англійській мові, наприклад: *build*, *field*.

Раніше, замість літер *i* та *u* вживалися у та *w*. Через це у сучасній англійській мові вживання у та *w* у кінці слова є нормою, наприклад: *city*, *fellow*, *know*, *now*.

Аналізуючи вивчені матеріали, ми можемо зробити висновки, що найбільший вплив на розвиток сучасного словника англійської мови здійснили запозичення з французької мови, що певною мірою пояснюється географічною близькістю країн і частішим контактом та взаємозв'язком із носіями мови.

1. Кибина В. И. Национально негомогенный язык и лексикографическая практика / В. И. Скибина. - Запорожье : РИП "Видавецъ", 1996. - 176 с., 13 с.
2. Перекладацькі інновації : матеріали X Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 20–21 березня 2020 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 213 с
3. Rao, V. Chandra. The Significance of the Words Borrowed Into English Language. Issue 6, Vol. 2, 2018

РИТОРИКА ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛІЙСЬКИХ РЕКЛАМНИХ І НОВИННИХ ЗАГОЛОВКІВ

Безугла А. С.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.

У сучасному світі з його стрімким ритмом життя та нескінченним потоком новин зростає роль засобів масової інформації, а газета все ще залишається одним із численних засобів одержання та передачі інформації. Англomовна газета є надзвичайно популярною сьогодні та читається у всьому світі, а велику роль у її популярності відіграють заголовки, які володіють своїми історичними та культурними особливостями і відрізняються від повсякденної англійської мови.

Заголовок – це початковий елемент статті, з яким зустрічається читач, і значною мірою він визначає її мету та значення. Дуже важко переоцінити значущість газетних заголовків, адже вони є специфічними структурними елементами будь-якої публікації, містять основну інформаційну роль статті, за допомогою правильно підбраного заголовка можна залучити читача до прочитання статті, а невдало підібраний заголовок, навпаки змушує читача відмовитися від прочитання тієї чи іншої статті. Саме заголовки допомагають читачеві ознайомитися зі змістом статті, швидко отримати уявлення про матеріал, що подається, обрати основне й важливе [5].

З лінгвістичної точки зору дуже важливо вивчати рекламні та новинні заголовки, а тому вони досить часто стають об'єктами різноманітних наукових досліджень. Зокрема, такими дослідженнями займалися В. Н. Комісаров, М. М. Коктев, Є. В. Ромат, В. М. Аврасін, А. Д. Солошенко та інші. Однак, проблема організації та перекладу рекламних і новинних заголовків все ще залишається актуальною.

Вчений А. Н. Назайкін вважає заголовки лінгвістичним феноменом, що значно відрізняється від інших структурних елементів газети. На його погляд, заголовок будь-якого твору завжди тісно пов'язаний зі змістом тексту, він відображає тематичну спрямованість тексту та відрізняється півфункціональністю.

Чжао Венцзе вважав заголовок необхідним компонентом головних частин тексту газети, що несе інформативну, комунікативну, експресивну, графічно-видільну, розподільну, сполучну здатності. Він, з однієї сторони, підкреслює ремарку з переліку схожих, в той же

час звертаючи увагу аудиторії до неї, з протилежного ж, сповіщає про основну ідею видання, зображуючи авторський задум [4].

Журналісти англomовної преси намагаються за допомогою заголовка зацікавити, спонукати читача до діяльності, включити його до процесу співпраці, адже в цьому вони вбачають основну мету переродження мимовільної першої уваги в свідому концентрацію. Відповідно до цього наміру, вони часто використовують різні манери актуалізації мовних засобів, підсилення цільового призначення, активізацію заголовку, знаходження авторського відношення до тексту газетного тексту.

Щоб привернути аудиторію, працівники різних видань формують заголовки досить примітивними, але всерівно, наділені інформацією про певну публікацію, вони містять в собі таємницю та показують стиль видання [3]. Унікальністю англomовних заголовків є те, що застосовується активне дієслово для руху та виразності. Часто, для отримання більшої уваги до головної думки статті, в заголовках пропускаються артиклі, поодинокі слова. Щоб відзначити пропускання компонентів у назві, ми пригадуємо процес, знаний як еліipsis, який є характерним для багатьох мов.

Події, що відбувалися в минулому, як правило відтворюються в рубриках у дійсному часі, що надає виразності, приближує читача, а часом включає його у хід ситуацій і тим самим підсилює його зацікавлення до матеріалу видання. Все, що має будь-яке відношення до майбутнього часу, передається через вживання інфінітива. Теперішній тривалий час частенько вживається, коли йдеться про переміни, при цьому дієслово *to be* як правило зникає. Цифри в заголовках не позначають словом ні в якому разі. Часто на зміну справжнім прізвищам використовуються широковідомі псевдоніми та короткі найменування. Часто використовуються звуження та складноскорочені слова [1].

Лексичне багатство в назвах новин англійською мовою створюється з врахуванням орієнтування людей, мети, предметів та мовознавчої кваліфікації авторів. Англійські газети раз за разом створюють свої власні лексичні риси для виконання правила ABC (*Accuracy, Brevity, and Clarity*) – Точність, Стислість і Чіткість. Поодинокі слова отримують нових значень, так як їх частенько використовують у деяких видах найменувань нової інформації, і вони стають сталими фразами. Ці слова є не довгі і наділені особливою виразністю [2].

Можна визначити ключові лексичні характеристики англомовних газетних заголовків:

а) абревіація: AIDS – Acquired Immune Deficiency Syndrome, PM – Prime Minister тощо (The Times, January 26, 2010);

б) скорочення: grad – graduate, hosp – hospital, cig – cigarette, Hi-tech – High technology. Kim Basinger: I Don't Wanna Be a Barbie Doll (The Guardian, January 26, 2010);

в) складні слова: Laid-off Lawyers, Cast-off Consultants (The Economist, January 26, 2010);

г) нечіткі слова: A lot of people forced to leave houses due to landslide;

д) власні імена: Headache For White House (The Times, March 28, 2010);

е) алітерація: Media makes Madonna Mad, Poison and Progress (The Wall Street Journal, January 26, 2010);

ж) неоднозначність: Word Around the World (The Guardian, April 24, 2010).

Таким чином, можемо зробити висновок, що заголовок є невід'ємним компонентом газетної публікації, не будучи залежним від розміру або тематики. Еліпсис, «жаргон заголовків», конкретизація та генералізація значення, різноманітне застосування абревіатур, скорочень, складних слів, використання власних імен та назв є основними лексичними засобами англомовного газетного напрямку. Семантика заголовка насамперед поєднана з семантикою тексту. Він відтворює не лише головну тему статті, а й відношення автора до поданої проблеми.

1. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов / Нова книга. Вінниця, 2003. 464 с.
2. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) / Нова книга. Вінниця, 2003. 448 с.
3. Мужев В. С. О функциях заголовков. Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тареза. 1970. №55. С. 86-94.
4. Чжао Вэнцзэ. Особенности организации текста газетной заметки: дисертація. Москва, 2007. 26 с.
5. Broadsheets and tabloids. International Journal of English Linguistics, 2014. P. 115-122 с.

СТАТУС ЗАГОЛОВКУ У СТРУКТУРІ ПУБЛІЦИСТИЧНОЇ СТАТТІ

Богданович В. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Овсянко О. Л.

Заголовок є невід’ємним елементом публіцистичної статті. Це графічно виділений знак тексту, виражений вербальними й невербальними засобами мови, який володіє відносною автосемантичністю, є абсолютно початковим, єдиним для тексту елементом, що іменує або характеризує текст, прогнозує чи інтерпретує зміст, інформуючи читача про його додаткові сенси [1, с. 56].

У комунікативній характеристиці заголовка виділяють два аспекти: комунікативність заголовка як семантичного репрезентанта тексту і комунікативність заголовка як певного самостійного висловлювання. Якщо текстова зумовленість є для заголовка іманентною ознакою, то його відносна самостійність обумовлена фразовою предикативністю, граматичною оформленістю. Ігнорування тексту при інтерпретації заголовка допускається лише умовно, у межах вирішення деяких окремих завдань [2, с. 267].

Заголовок – це частина тексту публіцистичної статті, що виконує певні функції. Зокрема, базовими функціями заголовку є номінативна, інформативна, оцінна, спонукальна, рекламна та функція орієнтації.

Номінативна (або ідентифікуюча) функція домінує у кожному заголовку та дає простір для його інтерпретації. Зазначена функція надає підстави розглядати заголовок як ім’я тексту [3, с. 110].

Не менш вагомою є інформативна функція заголовку. Вона направлена на сповіщення змісту тексту. Також розглядають роз’яснюючу та сповіщаючу функції, виділені деякими лінгвістами, як окремі підфункції у межах інформативної функції. Інформативна функція виступає основною, вона переважає над усіма іншими функціями заголовків газетних текстів [3, с. 111].

При створенні заголовків автори зважають на те, що повідомлення повинно будуватись із врахуванням того, що адресатами виступають люди різних інтелектуальних рівнів. Прагнучи зробити текст доступним для більшості, журналісти залучають до структури заголовків базові та ключові елементи, які забезпечують

висвітлення основного змісту повідомлення. Однак, поза увагою залишають окремі деталі інформаційного повідомлення, що й стимулює читачів прочитати всю статтю.

Функція орієнтації сприяє візуальному орієнтуванню читача при першому сприйнятті газетного тексту. Вона реалізує семантичне орієнтування під час ознайомлення адресата зі змістом заголовка, співвідносячи його із різноманітними орієнтирами концептуальної картини світу: просторами, концептами, шкалами, що є тілами відображених у свідомості предметів [3, с. 111].

Рекламна функція заголовка газетного тексту полягає у тому, щоб привернути увагу читача, зацікавити його. Реалізації рекламної функції заголовків газетних / журнальних текстів сприяють особливі синтаксичні конструкції – заголовки у формі питання, направлені безпосередньо до читача. Часто вони мають форму альтернативного, риторичного запитання, а також можуть використовуватися у формі усіченого, невисловленого повністю речення [1, с. 58].

Основна мета спонукальної функції полягає в тому, що автор скеровує читача до певного висновку, дії. Оцінна функція заголовку експліцитно або імпліцитно виражає оцінку адресантом подій, про які йдеться у статті.

Значна увага вчених приділяється дослідженню структури й семантики заголовків, оскільки саме заголовок є одним із найважливіших елементів статті. Також дослідники звертають увагу на мовне й графічне оформлення заголовків. Тексти публіцистичного дискурсу (особливо заголовки) визначаються креативністю, прецедентністю, мовною грою. До структури заголовків автори статей залучають неологізми, модифіковані прислів'я та приказки. Це пояснюється прагненням авторів активізувати увагу читачів, спонукати їх до ознайомлення зі статтями.

1. Леонова Н. В. Граматичні особливості, структура й функції заголовків періодичних видань – одного з найпоширеніших видів малих жанрових форм інформації (МЖФІ). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2013. Вип. 40. С. 56–57.
2. Коваленко А. М. До питання про лінгвістичний статус журнального заголовка (на матеріалі сучасної англомовної преси). *Філологічні науки: Збірник наукових праць*. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2008. С. 262–269.

3. Самуляк О. В. Комунікативні особливості мережевих ЗМІ. Нац. ун-т «Львів. політехніка», Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2012. С. 110–112.

СТАТУС ПОНЯТТЯ «НЕЙМІНГ» В АНГЛОМОВНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Богомол Ю. С.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Прокопенко А. В.

За останнє десятиліття сфера маркетингу набула значного поширення серед досліджень у мовознавчому дискурсі. Увага приділяється не тільки рекламним текстам, а і зокрема процесу створення комерційних назв брендів. Наймінг виступає чи не найскладнішим етапом розробки торгової марки і демонструє ключові мовні тенденції, що викликає у лінгвістів професійний інтерес.

Наймінг (від англ. *«to name»* – давати назву, називати) – це процес і результат розроблення оригінального найменування торгової марки, присвоєння товару унікального комерційного імені [1, с. 192]. Саме назва компанії чи продукту є основною складовою успішного просування бренду на ринку, тому, через свою значимість, цей процес популярний також і серед філологічних досліджень. Він демонструє світу актуальні тенденції мовного розвитку та показує основні мовні уподобання певного історичного періоду.

Явище наймінга виникло наприкінці XIX століття у США з метою привернення уваги споживачів, а значної популярності набуло вже у XX столітті, зробивши революцію у світі маркетингових комунікацій в якості ключового елемента брендинга. Сьогодні ж це достатньо розвинений напрямок рекламного бізнесу, який швидко прогресує і в Україні.

Процедура формування імені торгової марки окреслює низку характеристик: до уваги беруться лінгвістичні, фонетичні, семантичні та психологічні особливості обраної назви. Для ефективнішого просування на ринку, прагматонім повинен бути основою бренду, відображати його основний посил та цінності, бути унікальним і орієнтованим на цільову аудиторію. До того ж, він покликаний не тільки ідентифікувати товар та виокремити його серед інших, але і

привертати увагу споживача, підтримувати з ним своєрідну комунікацію.

Процес формування нейму передбачає дотримання низки специфічних правил. Найменування товару повинно легко та чітко вимовлятися та не мати негативних значень в інших мовах, що забезпечує найкраще сприймання. До прикладу, автомобільна марка «Лада Калина» відома у Фінляндії під назвою “*Lada 119*”. Така зміна спричинена особливостями перекладу, адже термін “*kalina*” з фінської означає «*тріск, гуркіт, стукіт*», що викликає у користувачів неприємні асоціації.

Іншим зразком невдалого неймінга може слугувати назва ірландського лікеру “*Irish Mist*”. Попри якість та престиж напою, у Німеччині продажі товару були мінімальними. Це пояснюється значенням слова “*Mist*” у німецькій мові, яке перекладається як «*гній*». Таким чином, при виборі назви бренда варто враховувати культурні та мовні особливості не тільки країни, де він створюється, але й інших регіонів.

Лінгвістична сутність найменування бренда полягає в тому, що в одному слові, словосполученні чи фразі необхідно поєднати його сильні сторони, передати суть та ціннісні орієнтири. Вдало підбраному прагматоніму притаманний семантичний відтінок, за допомогою якого здійснюється вплив на покупців, а позиції бренда укріплюються на ринку.

Яскраво ідентифікуючи торгову марку, назва робить її помітною серед конкурентів, визначає переваги та підкреслює унікальність. Крім того, будь-який бренд характеризується наявністю власного іміджу – комплексу суб’єктивних уявлень споживачів про продукт, що репрезентується, головним чином, саме завдяки його назві [2, с. 103]. Нейм викликає у свідомості покупця конкретні асоціації з брендом, відіграє важливу роль у визначення його іміджу та впливає на споживчі рішення, адже це унікальна система комунікації.

Таким чином, беручи до уваги тенденції розвитку маркетингу та появу нових конкурентоспроможних брендів, ключовим етапом процесу брендинга вважаємо неймінг, який являє собою вибір влучної та унікальної назви торгової марки. Цінність вивчення цього явища простежується у філологічній сфері, бо воно дає можливість прослідковувати актуальні зміни мовних уподобань суспільства та передбачувати наступні напрямки розвитку лінгвістики. Саме тому

процес неймінга знаходиться в полі зору мовознавців та потребує подальших досліджень.

1. Тепла О. М. Лінгвістична концепція творення комерційної номінації. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки. 2012. № 1 (3). С. 192–195.
2. Chernatony de L., McDonald M., Wallace E. *Creating Powerful Brands*. New York : Routledge, 2010. 496 p.

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ МІСТ

Братушка Є. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Овсянко О. Л.

На часі актуальною є тенденція приділяти увагу рекламі міст, а саме створенню рекламних слоганів, плакатів, логотипів, тобто яскравих назв, які можуть запам'ятатися. Це може бути рекламна візитка картка міста, яка заохочує туристів відвідати саме певне місце. Особливо, якщо врахувати, що кожна місцевість дуже багатоманітна та відрізняється кліматом, рельєфом, інфраструктурою, архітектурою, історією. Для популяризації міста рекламодавцям важливо підкреслити його особливості, звернути увагу потенційних відвідувачів на архітектурні пам'ятки, визначні локації, екскурсійні маршрути.

Реклама міста – це засіб проінформувати певним повідомленням з метою залученням як міських жителів, так і туристів. Один з найліпших способів прорекламувати місто – це створити рекламний слоган, який приверне увагу публіки та запам'ятається.

У ході дослідження було встановлено, що популярними є гасла, які містяться в рекламних брошурах міст. Ці креалізовані тексти створюють певну інтригу та змушують адресатів перебувати в приємному очікуванні. Наведемо релевантні приклади:

Towards the city together (Maseru, Lesotho) (Morse Moholo Maseru).

Once upon a Prague (Prague, Czech Republic) (Behance).

У наступних прикладах можемо побачити тенденцію використання наказового способу дієслова:

Welcome to Berlin (Berlin, Germany).

Visit Oslo (Oslo, Norway).

Bridge together (Istanbul, Turkey).

Experience Singapore now. Travel later (Singapore). Вважаємо, що залучення дієслів до структури рекламних повідомлень є дуже вдалим засобом проявити гостинність та налаштувати відвідувачів на приємний відпочинок.

У наступних прикладах подані займенники *you* та *your* для привернення уваги та уточнення, що мається на увазі саме та людина, яка це читає:

Nice to Minsk you (Minsk, Belarus) (Fabula).

Досить часто автори рекламних гасел використовують іменник та дієслово *love*, що допомагає створити доброзичливу атмосферу та позитивний настрій:

The Loveliest Village on the Plains (Alabama, the USA) (Offices.net).

City of Brotherly Love (Pennsylvania, the USA) (Offices.net).

Love Cape Town (Cape Town, South Africa) (Cape Town).

Взагалі, в англomовних рекламних повідомленнях використовуються різноманітні прийоми з метою створення емоційного ефекту, зацікавлення потенційного читача і переконання його скористатися рекламованим товаром чи послугою.

Тексти рекламних повідомлень, направлені на промоцію міст, впливають на аудиторію та викликають певні уявлення та настрої. Специфіка міст у слоганах виражається за допомогою влучно підібраних лексичних одиниць та конструкцій.

1. Morse Moholo Maseru. URL : http://mcc.org.ls/mcc_website/ (Last accessed: 09.12.2021).

2. Behance. URL : <https://www.behance.net/gallery/4107357/Slogan-for-Prague> (Last accessed: 09.12.2021).

3. Fabula. URL : <https://fabula.by/portfolio/brending-prostranstva/nice-to-minsk-you/> (Last accessed: 09.12.2021).

4. Offices.net. URL : <https://offices.net/city-slogans.htm> (Last accessed: 09.12.2021).

5. Cape Town. URL : <https://www.capetown.travel/> (Last accessed: 09.12.2021).

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Васіна А. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. пед. наук, ст. викладач Красуля А. В.

Лінгвісти відзначають, що політичне і соціально-економічне життя країн як у дзеркалі відбивається у лінгвістиці, особливо протягом двох останніх десятиліть. Саме соціальні проблеми, які є найбільш гострими для суспільства, знаходять відгук у молодіжному мовленні з багатим, стилістично забарвленим словником.

Сленг, будучи невід'ємною частиною мови і, відповідно, мовлення є однією з основних і найбільш проблематичних аспектів лексикології, оскільки відображає лінгвокультурні особливості соціуму. Сленг це той шар лексики, який не збігається з літературною нормою. Деякими дослідниками сленг сприймається як щось чуже літературній мові, не властиве мові інтелігентної людини. Проте, сьогодні можна спостерігати «експансію» сленгової лексики в усі сфери людської діяльності: одиниці сленгу вживаються на телебаченні, у пресі, літературі, в мережі Інтернет, не кажучи вже про усне спілкування людей практично будь-якого віку, соціальних груп і класів.

Вивчення сленгу набуває зростаючої актуальності в умовах розширення міжнародних контактів (стажування, турпоїздки, викладання ряду предметів англomовними фахівцями, перегляд відеофільмів, прослуховування сучасних пісень англійською мовою, неформальне спілкування з носіями мови і т. д.).

Сленг як різновид мовного субстрату традиційно привертає увагу вітчизняних і зарубіжних філологів завдяки яскравому емоційно-експресивному забарвленню, лаконічності й образності, здатності постійно змінювати кордони, що розділяють його з мовною нормою. Дослідженням сленгу та його функціонуванням в американському варіанті англійської мови займалися як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники, серед них: І. В. Арнольд, Л. С. Бурдін, Р. Вільямс, В. Г. Вілюман, І. Р. Гальперін, І. А. Гонта, Дж. Елтінг, Ю. А. Зацний, О. Л. Клименко, М. М. Маковський, Г. Л. Менкен, В. Лабов, Е. Партрідж, А. І. Смирницький, Т. А. Соловійова, Г. О. Судзіловський, Г. Д. Томахін, С. Томашек, Т. Торн, Г. В. Фаулер, В. А. Хом'яков, О. Д. Швейцер та ін. [3, с. 80-81].

Лінгвістичний енциклопедичний словник визначає сленг як сукупність жаргонізмів, які становлять шар розмовної лексики, яка відбиває грубувато-фамільярне, іноді гумористичне ставлення до предмета мовлення. Вживається переважно в умовах невимушеного спілкування, наприклад: junkie – наркоман, gal – дівчина. Сленг складається зі слів і фразеологізмів, які виникли і спочатку вживалися у окремих соціальних групах, і відбиває ціннісну орієнтацію цих груп. Ставши загальноновживаними, ці слова часто зберігають емоційно-оцінний характер, хоча «знак» оцінки може змінитися. Елементи сленгу або швидко зникають з ужитку, або входять до літературної мови, призводячи до виникнення стилістичних і семантичних відмінностей.

Мова як соціальне явище, що у всьому своєму різноманітті відображає різні аспекти людської діяльності, передбачає наявність різних шарів словникового складу. Так, традиційно вся лексика тієї чи іншої мови ділиться на літературну та нелітературну. Інколи вчені також виокремлюють нейтральний шар лексики.

Літературну та нелітературну лексику називають словами високого стилістичного тону і словами зниженого стилістичного тону [1, с. 4–6]. У свою чергу, за характером «зниженості» вчені розділяють слова зниженого стилістичного тону на три групи:

- 1) літературно-розмовні (literary colloquial), що характеризуються природним ситуативним зниженням;
- 2) фамільярно-розмовні (familiar colloquial), що відрізняються навмисним зниженням;
- 3) вульгаризми (low colloquial), яким притаманне емоційно-підкреслене зниження [2, с. 49].

Лінгвісти відносять сленг до лексики зниженого тону, а саме до другого її типу. Розглянемо поняття сленгу більш детально. Загалом, сленг є невід'ємною складовою мовної системи будь-якої живої мови, у тому числі й англійської. Дослідники, що займаються вивченням сленгу, аналізують етимологію сленгових одиниць, їх лінгвістичні особливості, соціологічні передумови утворення, сферу використання і т. д. Існують навіть різні школи сленгознавства, представники яких звертаються до проблеми вивчення сленгових одиниць, які утворюються та функціонують у рамках окремих варіантів англійської мови: англійського, американського, австралійського, новозеландського, канадського і т. д. [3, с. 80].

Вперше термін «сленг» було зафіксовано у 1750 р. зі значенням «вулична мова». Розглядаючи етимологію терміна «сленг», основоположник теорії сленгу Е. Партрідж вказує, що саме слово «сленг» співвідноситься з дієсловом «to sling» у значенні «to utter». Ця гіпотеза визнається представниками різноманітних шкіл сленгознавства як найбільш правдоподібна.

«Оксфордський етимологічний словник англійської мови» відносить походження слова «slang» до XVIII ст., коли це слово означало образливі вирази. Також етимологічний словник вказує на те, що англійське слово «slang» походить від sling («кидати», «жбурляти») і наводить приклад sling the jaw – «говорити образливі речі».

У даний час у словниках представлені різноманітні трактування цього терміна, згідно з якими сленг є результатом варіативних модифікацій, які виникають у мові унаслідок соціолінгвістичних змін, і визначається як відносно стійкий, широкоживаний, стилістично знижений лексичний пласт, компонент експресивного просторіччя, неоднорідний за своїми джерелами і ступенем наближеності до літературного стандарту [3, с. 80].

Спірним є питання про критерії віднесення слів до сленгу, оскільки кордони сленгу й на сьогодні залишаються чітко не визначеними. Часто слово «сленг» використовується в українській мові як синонім до слів «жаргон» і «арго», так само, як в англійській мові слово «slang» нерідко вживається як синонім слів «jargon», «argot» і «cant».

Існують групи молодіжного сленгу англійської мови відповідно до семантичного та тематичного критеріїв. Загалом, у рамках молодіжного сленгу можна виокремити наступні групи лексики:

1. Загальноживаний сленг, пов'язаний із укладом повсякденного життя. Здебільшого, це нейтральні сленгізми, що входять до активного словникового запасу людини, наприклад: two wheels – велосипед, junk – одяг, ганчірки, cabbage, duck – «капуста» у значенні «гроші», wheelbar – машина.

2. Сленг, що описує людину. Цей вид сленгу ділиться на позитивні сленгізми, негативні та нейтральні: brain – інтелігентна людина, well-to-do – багатий, забезпечений, knockout – красива, гарненька дівчина.

3. Опис стану та відчуттів людини: blow of – ігнорувати, make eyes at – стріляти очима, down with that – погоджуватися.

4. Емоції: gee! – «оце так!», badand – «та ну не може бути!» (вираження недовіри), Jee! – «Господи!»;

5. Спілкування: lighten up! – «розслабся!», there you go – «ну ти молодець!», to hell with that! – «вистачить!».

Найбільша категорія молодіжного сленгу – студентський сленг. Студенти – це люди, які змінюються та вдосконалюються щохвилини, у тому числі вони продукують безліч сленгових одиниць, особливо – на позначення процесу навчання та студентського стилю життя. Далі представлені кілька прикладів цього виду сленгу: get the ax – бути вигнаним з місця навчання, flunk – провалитися на іспиті, здати екзамен невдало, dorm – загальна кімната у студентському гуртожитку.

Сленг не тільки позначає суперечливі в рамках моралі та іноді й закону явища, він висловлює і певне ставлення до них – нейтральне, позитивне або зверхнє і зневажливе – так здійснюється експресивна функція сленгу. У сленгових лексичних одиницях обов'язково присутні всі типи конотацій: емоційний компонент у більшості випадків іронічний, зневажливий і, відповідно, оцінний.

Сленгізми завжди мають синоніми в літературній лексиці і, таким чином, є більш експресивними, ніж звичайні, назвами предметів, які викликають емоційне ставлення. Експресивність їх спирається на образність, дотепність, несподіванку, іноді спотворення, іронію [1, с. 10–18].

Так, сленг може описувати людей з позитивною конотацією: homie – близький друг, mopa – чарівна дівчина, shawty – малюк, дівчина; негативною конотацією: nigga – нігер, dumb, bastard, jerk – придурок, freaky – дивний, nuts – божевільний; нейтральної конотацією: chick, gyal, gal – дівчина, dude – чувак; boo – подруга / друг.

До оцінної лексики можна також віднести семантичну групу лексики, яка позначає людей за статевою / гендерною ознакою. У цьому мікрополі можна виділити два синонімічних ряди: «найменування осіб жіночої статі» і «найменування осіб чоловічої статі».

У молодіжному сленгу за кількістю переважають одиниці, що описують людину, емоційно-експресивна лексика, яка характеризує людину з точки зору її здібностей, зовнішності і характеру. Спосіб життя і пріоритети молоді обумовлюють ті обставини, що в

молодіжному сленгу переважають сленгові лексеми, що описують чоловіка, жінку, групу людей і розважальні заходи.

1. Алікберов В. І. Сленг та переклад. Київ: Лілея, 2000. 32 с.
2. Балабін В. В. Сучасний американський сленг як проблема перекладу. Київ: Логос, 2002. 313 с.
3. Секрет І. Семантичні аспекти американського студентського сленгу. Наукові записки. Вип. 89 (3). Серія: Філологічні науки. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. С. 80–84.

ЖАНРИ КОМУНІКАЦІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Гарцунова М. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Медвідь О. М.

Розвиток технологій призвів до виникнення комп'ютерно-опосередкованої комунікації, що згодом поширилася у віртуальному середовищі — Інтернеті. Інтернет представляє інформаційний ресурс, що постійно оновлюється, а тому питання дослідження жанрів онлайн-комунікації залишається актуальним. Вивченням онлайн-комунікації, її жанрів та мови Інтернету займалися провідні зарубіжні та українські науковці: Г. Барнбрук, Н. Бауер, Н. С. Барон, О. І. Горошко, Н. О. Гудзь, Д. Крістал, Л. В. Назарова, М. О. Столярова та інші. Жанри онлайн-комунікації постають засобами комунікативних стратегій між людиною та суспільством, а тому потребують детального дослідження.

Соціальна присутність та медійні властивості впливають на формування жанрів комунікації у віртуальному середовищі. С. Місок визначає соціальну присутність зважаючи на вербальні та невербальні засоби у віртуальній комунікації. Складовими соціальної присутності визначають: комп'ютерний текст, рукописний текст, аудитивний текст, візуальний текст, аудитивно-візуальний текст, особистісна комунікація. Високий ступінь соціальної присутності відіграє важливу роль в інтенсивності комунікації, близькості адресанта та адресата повідомлення.

Жанри комунікації у мережевому спілкуванні поділені відповідно до ступеня інтерактивності, що виражає швидкість

взаємодії між комунікаторами. Виокремлюють жанри з високим, середнім та низьким ступенем інтерактивності. Кожна група має власні характерні ознаки, що відзначені у цілях адресанта та адресата, тональності їх повідомлень.

Перша група включає чати та месенджери (*WhatsApp, Viber, Wechat, Telegram, Facebook Messenger*). Чат – гібридний жанр онлайн-комунікації, для нього характерний комп'ютерно-опосередкований синтетичний тип усної та письмової комунікації, скорочення та усічення мовних одиниць через економію часу. Комунікація здійснюється синхронно, схожа на усне діалогічне мовлення. Месенджери представляють переважно мобільні застосунки, що дозволяють користувачам миттєво обмінюватися інформацією та виступати у ролі адресанта і адресата одразу у багатьох бесідах.

Нікнейми – один з лінгвістичних феноменів чату та месенджерів, що репрезентує комунікатора відповідно до його самосвідомості, рівня культури, самооцінки та власних уподобань [1]. Нікнейми поділяють на антропонімичні (*_Fred_, the_linda, Max*) змішані (*doctor.elvis.francois, lisacats_*), апелятивні (*pretty_savage, beautiful, day_night*) та буквено-числові (*jk, 123.cvc, 50*). У комунікативному середовищі поширені аббревіатури, акроніми, запозичені лексеми, сленг.

Форум – жанр комунікації в режимі онлайн, що структурно складається з веб-сторінок за темами. Рольове позиціонування комунікантів залежить від сфери спілкування та поділене на статусно-орієнтоване та особистісно-орієнтоване. Взаємодія відбувається асинхронно, що призводить до постійного оновлення учасників комунікації та повідомлень.

Блог – гіпержанр онлайн-комунікації, що представляє текстову модифіковану веб-сторінку з архівом публікацій у зворотному хронологічному порядку та посиланнями на інші веб-сайти. Блоги мають дві загальні групи: персональні блоги та збірка новин з гіперпосиланнями. Взаємодія у блогах носить нелінійний характер, наявний динамічний виклад матеріалу, невпинний мовленнєвий потік, емоційно-забарвлена лексика.

Електронна пошта представляє епістолярний жанр асинхронної онлайн-комунікації, що виражено як однокомпонентний мовний жанр так і комплексний мовний жанр з композиційною сформованістю [2]. Комунікативна мета та статусність комунікаторів визначає тональність повідомлень та їх тематику.

Отже, існують різноманітні жанри онлайн-комунікації: чати, месенджери, форуми, електронні пошти та застосунки. Жанри насичені лексичними особливостями, відрізняються за структурою та визначені ступенем інтерактивності.

1. Бледнова О. Г. Семантичні особливості особистих імен в сучасній німецькій Інтернет-комунікації / О. Г. Бледнова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка : Філологічні науки. - 2018. - № 7 (321), жовтень. – С. 11-17.
2. Коваленко О. Ю. Блог та e-mail як жанр інтернет-комунікації. Лінгвістичні особливості реалізації комунікативних стратегій. / О. Ю. Коваленко // Актуальные научные исследования в современном мире: XVII Межд. научн. конф., 26 - 27 сент. 2016 г.,: тези допов., Переяслав – Хмельницький. // Сб. науч. трудов – Переяслав-Хмельницький, 2016. – Вып. 9 (17), Ч. 3 – С. 56 – 63. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/14872> (дата звернення: 11.10.2021).

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ МАНПУЛЯЦІЙ (НА ОСНОВІ АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТІВ)

Гранкіна Ю. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Куліш В. С.

Виступи політиків завжди є однією з обговорюваних тем для сучасного суспільства. У цьому вигляді інституційного дискурсу докладно висвітлюються суспільні та політичні справи в країні, більше того, з метою ефективного впливу на слухачів, залучення та утримання їхньої уваги оратори піднімають різні теми. У результаті відбувається ненав'язливе навіювання адресатам сценарію «політично правильних» дій, що і є основним призначенням політичних текстів.

Незважаючи на численні трактування поняття «мовленнєва маніпуляція», глибинні механізми впливу не вивчені досить повно. Актуальність теми дослідження зумовлена не тільки зростанням інтересу до передвиборного дискурсу як у науковій спільноті, так і у професійному середовищі політиків і в суспільстві в цілому, але також рядом факторів, що вказують на необхідність розгляду цього виду

дискурсу як різновиду політичного в тісному зв'язку з дискурсивними практиками мовного маніпулювання. Відкритим залишається питання про специфіку реалізації маніпулятивної інтенції оратора у передвиборному спілкуванні з електоратом, а також про систему засобів, що реалізують маніпулятивну установку політика різних рівнях смислової організації тексту.

Вивченням політичного дискурсу займалися як вітчизняні так і зарубіжні дослідники, такі як: Бутова І. С., Вознесенська О., Демська О., Загнітко А., Клименко І., Корнійчук Ю. Р., Chilton P. A., Schaeffner C.

Відповідно до визначення А. П. Чудинова, політичний дискурс має містити усі присутні у свідомості того, хто говорить і слухає компоненти, здатні впливати на породження та сприйняття промови [1, с. 233]. Політичний дискурс є одним з основних об'єктів вивчення політичної лінгвістики, важливим завданням якої є дослідження різноманітних взаємин між мовою, мисленням, комунікацією та політичним станом суспільства в конкретні історичні періоди [1, с. 234].

У суспільстві громадські виступи політиків становлять значний інтерес. Відомо, що в період передвиборчих кампаній певна частина виборців зазнає труднощів у ситуації політичного вибору. Це можна пояснити низькою політичною культурою, відсутністю навичок та умінь проаналізувати наслідки передбачуваного вибору. Не викликає сумнівів той факт, що публічні виступи політичних лідерів надають певний вплив на слухачів, тому комунікативні навички політичних діячів та їх вміння виступати публічно грають велику роль у їхній політичній кар'єрі. Маніпуляція є успішною в тому випадку, коли адресат не усвідомлює вплив, що надається на нього, і не знає про мету маніпулятора. Політичний дискурс має низку ознак, що визначають його природу та маніпулятивний потенціал. У політичному дискурсі використовуються певні стратегії, під якими мають на увазі вибір найкращого способу дії для досягнення поставленої мети [2, с.117]. Як зазначає О. Л. Михальова, у політичному дискурсі застосовуються такі стратегії: стратегія зниження, стратегія підвищення і стратегія театральності [3, с.198]. Стратегія зниження реалізується за допомогою тактик звинувачення і викриття. У стратегії підвищення застосовуються тактики самовиправдання і позитивної самопрезентації. Стратегія

театральності включає тактики інформування, обіцянки, прогнозування, попередження, спонукання, кооперації.

Представимо лексичні особливості мови Д. Трампа. Зауважимо, що у своїх промовах та під час дебатів Д. Трамп часто згадує демократичну партію, але він не називає демократичну партію правильно “democratic party”, натомість він використовує “democrat party”, “democrat governors”. Цей вираз застосовувався республіканськими політиками і раніше, воно показує неповагу до демократичної партії. Наведемо приклад:

More people will be hurt by continuing -- if you look at Pennsylvania -- if you look at certain states that have been shut down, they have Democrat governors all [4].

Д. Трамп майже у кожному виступі і на дебатах говорить про те, як медіа упереджено до нього ставляться і як намагаються перешкодити ходу його кампанії шляхом дезінформації. Таким чином, політик часто використовує словосполучення “fake news” за допомогою якого він хоче показати навмисне поширення дезінформації з корисливими цілями. Наведемо приклад:

The only thing I haven't done a good job, and that's because of the fake news, no matter what you say to them, they give you a bad press on it. It's just fake news [4].

На підставі наведеного прикладу ми можемо зробити висновок, що Д. Трамп не довіряє ЗМІ. Частотність повторення “fake news” дає посил адресату: «Не довіряйте ЗМІ, вони брешуть, вірте мені». Протягом всієї кампанії це повідомлення повторюється. Іноді більше, іноді менше, але думка залишається одна.

Епітети, які використовує Трамп, найбільш примітні тим, що вони не є нейтральними, він намагається давати радикальну оцінку тому, що говорить: the worst, better, incredible, fantastic, flawless, unfair, ridiculous. Наведемо приклади:

That is the worst part of Obamacare, as we call it [4].

We have done an incredible job with health care. And we're going to do even better [4].

На закінчення своєї промови на дебатах Трамп використовує такі лексеми, як: success, unify, get together. Наведемо приклади:

The other side wanted to get together. They wanted to unify. Success is going to bring us together. We are on the road to success [4].

Пандемія коронавірусу була однією з центральних тем передвиборчої кампанії Дж. Байдена. Команда Байден-Харріс

заявляла, що реагування адміністрації Трампа на цю кризу було провальним і наражало на ризик всіх американців. На сайті кампанії Байдена також представлений план з реагування, тестування та подолання проблем, пов'язаних із пандемією. Звичайно, Байден не єдиний політик, який говорив про коронавірус, але вирізняє його від Трампа кількість передвиборних виступів, пов'язаних безпосередньо з цією темою.

На дебатах з Трампом він використовує такі статистичні дані для опису ситуації з пандемією: 220,000 Americans dead, over 70,000 new cases per day, we'll have another 200,000 Americans dead by the time, between now and the end of the year, we could save 100,000 lives [4].

Крім того, у своїй промові Дж. Байден прямо говорить про провальні дії Трампа у боротьбі з коронавірусом використовуючи словосполучення “no plan”, наведемо приклади:

...anyone who is responsible for that many deaths should not remain as President of the United States of America [4].

And we're in a circumstance where the President, thus far, still has no plan. No comprehensive plan [4].

Продовжуючи свою промову Байден зауважує, що він буде здатний вивести країну з кризи, так як він має план на відміну від Трампа. У промові Байден використовує речення в майбутньому часі для вираження обіцянок своєму народу. Наведемо приклади:

I would make sure we move in the direction of rapid testing, investing in rapid testing. I would make sure that we set up national standards as to how to open up schools and open up businesses so they can be safe, and give them the wherewithal and financial resources to be able to do that [4].

I will take care of this, I will end this, I will make sure we have a plan [4].

Зазначимо, що Дж. Байден часто використовує такі слова як: “every”, “each one”, “together”. Байден показує, що він більше за об'єднання, ніж за війну. Наведемо приклади:

Everyone should have the right to have affordable health care. And I am very proud of my plan [4].

We're going to face this with the same spirit that has guided us in through previous crises, and we'll come together as a nation [4].

На дебатах Байден, як і Трамп часто використовує повтор. Повтори у політичній лінгвістиці служать для того, щоб сфокусувати увагу слухача/читача на певному повідомленні промовця. Це

поширений стильовий троп, який зустрічається у промовах багатьох політиків. Наведемо приклади:

It's criminal. It's criminal [4].

They're being flooded. They're being burned out, because he has refusal to do anything [4].

I've made it clear, I've made it clear in my public statements that the violence should be prosecuted [4].

Протиставлення та епітети є яскравими стилістичними тропами кандидата Дж. Байдена. Концепт «коронавірус» він описує такою групою епітетів: terrible, dangerous, deadly та іншими. Політика Трампа описується через поняття: irresponsibility, dangerous and hostility. При описі американського народу він використовує такі лексеми: sacrifice, responsibility, love, hope, strength, respect, honor, decency.

Наведемо приклади:

My response is think about what the President knew in January and didn't tell the American people. He was told this was a serious virus that spread in the air, and it was much worse than — much worse — than the flu. He went on record and said to one of your colleagues, recorded, that in fact he knew how dangerous it was but he didn't want to tell us, didn't want to tell us because he didn't want us to panic [4].

Decency. Honor. Respect. Treating people with dignity. Making sure that everyone has an even chance. Now, I'm going to make sure you get that. You haven't been getting it the last four years [4].

Таким чином, були проаналізовані лексичні особливості вживання маніпуляцій на дебатах Дж. Байдена та Д. Трампа та було визначено, що кандидати вдаються до схожих лексичних прийомів, таких як: вживання радикальних епітетів, повторів, протиставлень тощо. Але концептуально у Байдена та Трампа різні цілі. Байден хоче повернутися до часів демократичного правління, робить фокус на соціальних проблемах та на цьому будує свою промову. Трамп робить фокус на своїх вже зроблених досягненнях і у боротьбі з демократами, він осмислює реальність навколо нього з мілітаристської точки зору, він почувається командувачем, генералом, який веде країну до перемоги.

1. Бутова І. С. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2009. Вип. 16. С. 232–238.

2. Маріна О. В. Мовленнева маніпуляція в американському політичному дискурсі. Лінгвістичні дослідження. 2014. № 38. С. 116–120.
3. Ковальова Т. П. Комунікативні стратегії і тактики впливу в німецькому політичному дискурсі (на матеріалі слоганів політичної реклами). Мовні і концептуальні картини світу. 2013. № 43 (2). С. 197–204.
4. *Debate transcript: Trump, Biden final presidential debate*. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/debate-transcript-trump-biden-final-presidential-debate-nashville/3740152001/>

ОНЛАЙН-ГЕНЕРАТОРИ БРЕНДОВИХ НАЗВ

Грінченко М. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – асистент Вашист К. М.

Онлайн-генератор назв створений для того, щоб можна було за допомогою рандомного, тобто випадкового створення, придумати благозвучну й оригінальну назву, що допоможе сформувати бренд і позначити чітко позиціонування компанії.

Генератори назв – це досить нова програма але вже існують різні алгоритми їх роботи. Така програма може бути корисною при пошуку назви для фірм, товарів, доменних імен, команд, каналів тощо. Існує декілька функціональних особливостей онлайн-генератора:

- формування слова відбувається за кількома алгоритмами, в основі яких є дві принципові відмінності: в перших двох варіантах назв є ключове слово; в інших немає — вони повністю синтезовані;
- отримавши результати генерації, необхідно перевірити чи є вільні домени з вибраною назвою;
- генерувати слова можна скільки завгодно, тому що кожен раз регенерується нова порція назв[1].

Також генератор створює назви за ключовими словами. В такому алгоритмі використовуються загальнозживані різноманітні афікси і частини слів, порушуючи закони морфології. Наявність ключового слова або його частини в назві компанії або товару може допомогти в просуванні товарів і послуг. У той же час, це менш оригінальні назви в порівнянні з людськими креативними

можливостями. Крім того, наявність ключових слів в назві може ускладнити реєстрацію відповідних товарних знаків.

Синтетичні назви компаній — це оригінальні та унікальні назви, які мають штучне походження. Такі слова легше закріпити в свідомості покупців як бренд, який належить компанії. Не дивлячись на назви, які згенеровані за допомогою ключових слів, синтетичним назвам легше підібрати вільний домен і легше зареєструвати товарний знак [1]. Такі назви можуть дуже стати в нагоді, якщо:

- асортимент продукції дуже широкий, або є перспектива розширення асортименту продукції та розвиток інших товарних категорій;

- якщо бренд планує виходити на міжнародні ринки.

Пропонуємо кілька зразків сучасних онлайн-генераторів неймінгу:

1. Генератор на основі штучного інтелекту «Zyro»

Така програма швидко згенерує десятки ідей назви на основі ключового слова. Більш того, можна ввести декілька запитів, щоб отримати більш точні результати. Якщо вибір занадто великий і немає розуміння, на якому варіанті зупинитися, нижче під генератором назв *Zyro* можна знайти кілька корисних порад про те, як вибрати ідеальну назви для бренду [2].

Паралельно, якщо компанія ще не придумала свій логотип і сайт, в цій програмі також є безкоштовні рішення для цього. На сайті можна знайти потужний інструмент для створення логотипів та зручний конструктор сайтів. Дуже класним бонусом є те, що всі ці функції доступні абсолютно безкоштовно для всіх користувачів.

2. Генератор «Shopify»

Це саме та програма завдяки якій можна створити назву для інтернет-магазину. Треба тільки вказати бажаний тип магазину, наприклад, магазин одягу, прикрас, меблів тощо [3]. Після цього інструмент врахує галузь і запропонує відповідні назви для бізнесу. Єдиним недоліком є те, що не можна ввести більше одного запиту, щоб звузити результати пошуку.

3. «Business Name Generator»

Цей онлайн-генератор назв дозволяє користувачу задати критерії пошуку для найбільш точних результатів. Зручним є те, що кожен варіант можна відразу перевірити на доступність домену (тобто, чи можна використовувати цю назву). У нижній частині

сторінки цей інструмент також пропонує кілька платних імен та логотипів, які вже готові та можна придбати [3].

Незважаючи на потужні і корисні функції, треба мати на увазі, що *Business Name Generator* містить тони реклами, яку деякі користувачі знайдуть дуже дратівливою, але це є не великим мінусом програми.

4. Генератор назв брендів «Oberlo»

У той час як інші інструменти надають занадто багато фільтрів, генератор назв брендів *Oberlo* намагається максимально спростити процес. Треба просто ввести ключові слова, натиснути «*Generate names*», і у відповідь отримати декілька сторінок з ідеями, як назвати компанію, все дуже просто та зрозуміло, завдяки цьому цей генератор знаходиться не на останньому місці в рейтингу [3].

5. Генератор назв «Namelix»

Замість того, щоб показати результати відразу після натискання кнопки «Генерувати», генератор назв фірм *Namelix* попросить спочатку застосувати деякі фільтри. Потрібно буде вказати довжину імені та вибрати один з доступних стилів, серед яких назви для брендів (*Brandable names*), слова які римуються (*Rhyming words*), складні слова (*Compound words*) і багато іншого [3].

Завдяки цій програмі можна побачити два приклади поруч з кожним варіантом, щоб у замовника було краще уявлення про те, що він отримає в результаті. Також, до згенерованих варіантів додаються платні або безкоштовні логотипи, тому це є бонусом та великим плюсом для цього генератора. Але на жаль, інструмент не гарантує, що всі назви будуть унікальними. Тому доведеться перевірити всі варіанти що припали до душі особисто, щоб дізнатися чи вільні вони.

Онлайн-генератори назв використовують дуже різні методи генерації імені бренду. Завдяки ключовим словам, фільтрам та критеріям пошуку можна згенерувати ту саму назву, але після цього треба перевірити, чи не зайнята вона кимось іншим, тому що працює авторське право. Також для деяких генераторів варто тільки написати сферу діяльності бренду — і всі доступні імена зразу з'являться на екрані. Взагалі то такі додатки не дуже популярні, але на них все одно є попит — «*На кожен товар знайдеться свій покупець*».

1. Chernatony L., M. McDonald. *Creating Powerful Brands*. London: Routledge, 2003. 504 p.

2. Уланов К. Як придумати назву бренду? Огляд онлайн генераторів креативних назв. Інформаційний довідник «Маркетинг Ревізор», 2016. URL: <https://kirulanov.com/kak-pridumat-nazvanie-brenda-obzor-onlajn-generatorov/>
3. Шпітула Н. 15 генераторів назв компанії для вашого бренду. Інформаційний довідник «Logaster», 2020. URL: <https://www.logaster.com.ua/blog/business-names-generators/>

НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Даценко А. С.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

(Сумський державний університет)

канд. філол. наук, доцент Анора Джабарова

(Джизакський державний педагогічний університет,

м. Джизак, Узбекистан)

Комунікація, будучи складним соціально-психологічним процесом взаємодії між людьми, здійснюється за допомогою знакових систем. Як психологи, так і лінгвісти виділяють два основні види комунікації: вербальну та невербальну. Невербальна комунікація є найважливішим, поряд із звуковою мовою, засобом спілкування та взаєморозуміння людей. Вона здійснюється у процесі мовного спілкування паралельно з вербальною комунікацією.

Особливості невербальної комунікації полягають у залежності від ситуації, оскільки дозволяють зрозуміти стан усіх учасників комунікації. Невербальна комунікація спонтанна та мимовільна. Вона практично не піддається контролю, тому виявити істину при невербальному спілкуванні достатньо просто.

З цього випливає, що невербальні засоби комунікації можуть передавати великий обсяг інформації. Зокрема, вони можуть стосуватися і особистості комунікатора: його емоційного стану, темпераменту, особистісних якостей та властивостей, соціального статусу, комунікативної компетентності, а також самооцінки того, хто говорить. Головна роль невербальної комунікації полягає в отриманні найрізноманітнішої інформації про людину. Подібну інформацію

можна отримати через жести, міміку та інтонації, оскільки ці елементи невербального спілкування здатні висловити та коректно інтерпретувати внутрішній стан людини.

Вивченням невербальних засобів комунікації займалися як вітчизняні так і зарубіжні дослідники, такі як: Анохіна Т. О., Гнатюк А. В., Гончар К. Л., Калугіна О., Киселюк Н. П., Курило О. Й., Солощук Л. В., Ekman P., Longacre R.

У теорії дискурсу поняття «художній дискурс» вважається одним з найскладніших для розуміння. Віднесеність художнього дискурсу до інших типів у різних класифікаціях обумовлена його здатністю виконувати різноманітні функції, відповідні цим дискурсам. Актуалізація цього поняття в останні десятиліття обумовлена співвідношенням художнього тексту та комунікативного акту. Художній дискурс репрезентується як особливим чином організований комунікативний акт, що володіє прагматичною метою та реалізується у певних екстралінгвістичних умовах. Художній дискурс викликає безперечний інтерес дослідників через складність його розуміння та інтерпретації, обумовленою тим, що він включає різноманітні культурні, естетичні, соціальні цінності, знання, вірування та почуття. Зі слів Є. С. Кубрякової, художній дискурс, володіючи відкритістю та невичерпним сенсом, здатний формувати необмежений семіотичний простір, долаючи межі мовних форм тексту [8, с. 65].

Н. Д. Арутюнова вважає, що для літературної комунікації властиві характеристики повсякденного спілкування – автор, ціль комунікативного акту, адресат та естетичний вплив на нього [18, с. 234].

Т. Б. Самарська, Є. Г. Мартіросян пропонують трактувати художній дискурс як взаємодію письменника та реципієнта, що включає широкий спектр соціокультурних компонентів – цінності, знання та вірування, переконання та уявлення, почуття [14, с. 43]. Ця взаємодія заснована на прагненні вплинути на духовний простір читача та викликати в нього певний емоційний відгук. В. П. Руднев вказує на індивідуальну особливість художнього дискурсу – одиниці художнього дискурсу не мають категорії істини та брехні, але формують образ вигаданої реальності [15, с. 41].

Художній дискурс у сучасній науці розглядається як мовленнєва взаємодія між автором та реципієнтом, заснована на індивідуально-творчих процесах та володіє комунікативним наміром. О. В. Олянич

пов'язує цей тип дискурсу з естетичними потребами людини [6, с. 154].

У художній літературі невербальні засоби є невід'ємною частиною твору. Автор описує стан героїв, їхні рухи, міміку, щоб читач міг зрозуміти, відчути їхній настрій.

Аналіз творів та дані психологічних досліджень показують, що при близькому спілкуванні з людиною комунікант найчастіше дивиться на обличчя адресанта, точніше йому в очі, показуючи цим, що він уважно його слухає. При цьому за поглядом людини можна зрозуміти її внутрішній стан. Як відомо, очі – це дзеркало душі людини.

У романі “Where the Heart Is” хлопець почав цілувати та приставати до дівчини, щоб вона йому дала свої ключі від машини. Її обурила поведінка хлопця.

When he finally broke off the kiss, he said softly, його breath warm on her ear, “I came up here to get the keys to your car”

“Don't touch me”

“What in hell”

“That's apt.” Her eyes glittered with anger. “Because you're the devil himself when you want something, aren't you?” [33].

Обурення, яке наповнене, крім того, і злістю по відношенню до хлопця, автор підкреслив фразою *Her eyes glittered with anger*.

У наступному прикладі з роману “Hotel” голова конгресу дантистів був дуже обурений тим, що його друга, відомого у всьому світі дантиста, доктора Ніколаса, не хотіли реєструвати в готелі, тому що він був темношкірим.

The diminutive doctor's eyes flashed angrily, his voice rising. “Dr. Nicholas is a highly distinguished member of our profession” [31].

Тут автор підкреслює сильне обурення людини, яка починає лютувати, за допомогою детального опису її погляду, що відображає її внутрішній стан: *The diminutive doctor's eyes flashed angrily*. Автор описує також зміну в голосі: *his voice rising*.

Під час розмови комунікант мимоволі може помітити, як змінюється міміка того, хто говорить. Вираз обличчя вважається основним компонентом невербальної комунікації. Адже саме зміни міміки обличчя людини говорять про її емоційний відгук на співрозмовника та допомагають регулювати процес спілкування. Особа завжди є джерелом інформації про почуття.

У романі “The Gift” дружина обурена поведінкою чоловіка, який без причини накричав на неї.

“Lou, why are you talking like this?” Ruth frowned, then turned to her son. - “Come on, Bud, a few more spoons, honey” [6].

Як бачимо, дружина лише мімікою висловила своє невдоволення чоловікові Ruth frowned, вона не стала у відповідь на нього кричати і спокійно продовжила спілкування з дитиною.

У прикладі з роману “Where the Heart Is” хлопець обурений тим, що дівчина підозрює його у злочині:

“You think I did it” He sounded shellshocked. “No”, she rushed on to assure him. - “Of course I don't think you did it”

“You're lying”, he said harshly, gasping her arm... .

He pulled her closer, his face dark with anger. “I asked you to stay. Does it seem likely I would do that if I had vandalism on my mind ?” [8].

Хлопець дуже злий на дівчину через її недовіру до нього, він починає виходити з себе, його голос видавав, що він шокований: He sounded shell-shocked. Автор підкреслює це ремаркою he said harshly, а також описує зовнішній стан героя, його обличчя: his face dark with anger.

До невербальних засобів відносять як міміку і жести, а й фонацію, що у художній літературі передається словами, що позначають силу голосу, темп мови, висоту тону.

У ситуації, коли співрозмовники не бачать один одного, голос є єдиним способом розпізнавання актуального емоційного стану людини та її настрою. Прикладом може бути розмова по телефону або через двері.

У романі “Hotel” президент вирішив підписати контракт про співпрацю цього готелю з іншою фірмою. Для цього за законом більшість робітників готелю мають проголосувати «за». Директор цього готелю повідомляє та наполягає, що потрібно провести голосування. Президент обурений наполегливістю директора, бо не хоче допустити голосування, оскільки знає, більшість проголосує «проти».

The phone rasped angrily. “Don't try teaching me labor law! I know more of it, and better'n you ever will”. There was a pause, then the growled explanation, “This will be a Voluntary Recognition Agreement. Nothing in law says it has to be voted on. There will be no vote” [7].

У цьому прикладі обурення героя посилено вживанням метонімії: The telephone rasped angrily. Дієслово rasp, яке застосовують

для опису різкого і звуку, і прислівник *angrily* вказують читачеві, що комунікант на іншому кінці дроту до того злий, що його голос буквально гримів.

Досліджуваний матеріал показав, що у того, хто говорить можуть змінюватися погляд, міміка, тон голосу, темп мовлення, тому що вони виражають певні емоційні відносини комунікантів до ситуації та її оцінку. Ці паралінгвістичні засоби можуть використовуватися ізольовано або доповнювати мовленнєвий акт для того, щоб повніше, точніше і зрозуміліше висловити думки, почуття, емоції.

Таким чином, ми проаналізували, що невербальна комунікація – це поведінка, що сигналізує про характер взаємодії та емоційні стани індивідів, які спілкуються. Невербальна комунікація є системою невербальних символів, знаків, кодів, використовуваних при передачі повідомлення з більшою мірою точності, яка у тій чи іншій мірі відчужена і незалежна від психологічних і соціально-психологічних якостей особистості.

1. Град Н. Я. Відеовербальний текст як об'єкт вербальної і невербальної комунікації у сучасних мультимодальних студіях. Молодий вчений. 2015. № 5 (2). С. 153–157.
2. Загнітко А. П. Лінгвістика тексту: Теорія і практикум: наук.-навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і переробл. Донецьк : ТОВ “Юго-Восток, Лтд”. 2007. 313 с.
3. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. 2-ге вид., доп. Київ: Вид. центр Київський університет, 1999. 308 с.
4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 550 с.
5. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Монографія. Харків: Константа, 2005. С. 233 – 236.
6. *Ahern C. The Gift.* URL: <https://www.e-reading-lib.com/book.php?book=135237>
7. Hailey A. Hotel. URL: <https://www.goodreads.com/book/show/124920.Hotel>
8. Larson S. Where The Heart Is. London: Mills and Boon Limited, 1985. 224 p.

МОВНИЙ СЕКСИЗМ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Дробуш Н.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Єрмоленко С. В.

В Німеччині проблема сексизму стоїть не так гостро, як в Україні, однак жінка, хоча і може будувати кар'єру, та її зобов'язують бути доброю господинею та займатися вихованням дітей, а оплата праці у німецьких жінок менша, ніж у німецьких чоловіків. У німецькій мові відображаються гендерні стереотипи, присутня мовна «невидимість» жінок, однак останнім часом цю проблему намагаються вирішити за допомогою філологічних досліджень.

Актуальність теми полягає у вивченні питання мовного сексизму у німецькомовному лінгвістичному дискурсі, яке неодноразово піднімалося науковцями, однак слабо вивченою залишається тема гендерних стереотипів в німецькій мові.

Мета дослідження визначити основні характеристики явища мовного сексизму в німецькій мові.

Сексизм (англійське «*sexism*», від латинського «*sexus*» – стать, синонім – гендерна дискримінація) – упереджене відношення, дискримінація людини за ознакою статі чи гендерною ідентичністю. В соціумі він може існувати у вигляді системи стереотипних уявлень, офіційно закріплених у певних положеннях чи певному ідеологічному мисленні. В основі даного явища лежить думка про перевагу однієї статі над іншою. Основною протилежністю до сексизму є рух фемінізму.

Американські дослідники Пітер Глік (Peter Glick) і Сюзан Фіске (Susan Fiske) розділяють сексизм на три види: ворожий, доброзичливий і амбівалентний

Ворожий сексизм – це негативна установка, в яку входять упередження про неповноцінність жінок у порівнянні з чоловіками, в тому числі і про більш низький рівень інтелекту у жіноцтва.

Доброзичливий сексизм – це система стереотипів про жіноцтво, які породжують суб'єктивно позитивні відчуття у чоловіків по відношенню до жінок, а також викликають поведінку, яка зазвичай визначається як просоціальна (прикладом може слугувати допомога, турбота) [3, с. 505].

Даний вид сексизму є дискримінативним щодо жіноцтва, бо ґрунтується на перевазі чоловіків як сильної статі. Явища ворожого

сексизму і доброзичливого сексизму часто виявляються схожими, оскільки обидва основуються на схожих переконаннях щодо жіноцтва. Обидва види цього явища розглядають жінок як слабких і потребуючих чоловічої допомоги і в них вважається, що саме тому вони мусять виконувати домашню та допоміжну роль в соціумі.

Гендер (від англ. «gender» – рід) – соціокультурна, символічна конструкція статі, що покликана визначати конкретний асоціативний зв'язок, забезпечувати повноцінну комунікацію та підтримувати соціальний порядок.

Іншими словами, гендер – це система цінностей, нормативних правил і характеристик щодо поведінки, способу життя та способу мислення, ролей і стосунків чоловіків і жінок, набутих чоловіками і жінками як індивідами в процесі соціалізації. Вона в основному визначається соціальне, політичне, економічне та культурне середовище життя. А також фіксувати погляди жінок і чоловіків на основі статі.

Гендерна асиметрія – це нерівномірність відтворення в самому мовленні (лексиці, граматиці, усній мові) особливостей жіночої і чоловічої статей. Яскравими прикладами гендерної асиметрії у німецькій мові є приклади з багатьох офіційних документів.

Гендерна асиметрія в проявляється як у німецькій так і в українській мові. Якщо це жінка – про неї завжди скажуть, що вона гарна мати, гарна господиня - *gute Gastgeberin, gute Mutter* або мусить нею бути. Про жінку рідко скажуть в Україні, що вона гарно буде кар'єру, бо це її покликання. Так само, як у Німеччині можуть не сказати про жінку: «*Das ist der beste Mitarbeiter*».

Українське та німецьке мовлення повне стереотипів. Жінка неодмінно характеризується на мовленні як добра господиня та мати або як та, яка мусить нею бути. Чоловік неодмінно мусить займатися заробітком грошей, а допомагати жінці по господарству – не чоловіча справа. «*Frauengeschäft*» - так говорять німці про жіночу справу: виховання дітей та ведення домашнього господарства. Мають зникнути поняття: «*Männengeschäft*» та «*Frauengeschäft*» [1, с. 232].

Поруч з іменником чоловічого роду іншим поширеним засобом для вираження сексизму на морфологічному рівні виступають займенники українського та німецького мовлення із показником грамеми загального чоловічого роду: кожен, котрий, жоден, один, той, один одного тощо: *jeder, jedermann, einer, irgendeiner, ein jeder, keiner, der andere, der, derjenige, miteinander, beieinander* і т. д.

Загальний чоловічий рід може використовуватися для позначення груп живих істот, до яких також входять члени, що є жіночого роду за граматичною категорією. Загальний чоловічий рід використовується у таких назвах професій як *Lehrer, Schlosser, Soldat, Spion*. Дана форма приховує у собі чоловічу інтерпретацію і зображує традиційне граматичне правило: маскулінна форма включає в себе і жіночу стать [2, с.87].

У своєму дослідженні Хеннінг Лобін стверджує, що якщо в тексті з'являється іменник чоловічого роду, наприклад, *Verkäufer*, читачі автоматично не інтерпретують його як іменник жіночого роду *Verkäuferin*.

На цьому наголошує і Дамаріс Нюблінг Наприклад, «жінки не розглядаються автоматично» при вживанні іменників чоловічого роду *Student, Tourist, Verkäufer, Einwohner, Leser oder Pilot*.

Отже, завдяки копіткій праці німецьких дослідників та реформаторів мовної системи, німецька мова зазнає змін на краще: жінки перестають бути невидимими у мовленні, долається мовна асиметрія та сексистські стереотипи у мовленні. Поява нових граматичних форм та фемінітивів – доказ цьому.

Підсумовуючи, можна зазначити, що негативні наслідки порушення мовних законів можуть призвести до придушення особистості і є неправовими. Тому що мова не тільки закріплює, але й формує соціальні норми. Завдяки гендерно-чутливому та гендерно-нейтральному словнику можна подолати мовний сексизм.

1. Кісь О. Сексизм у ЗМІ: протидіючи комунікативному потокові / О. Кісь // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Том 8. Серія „Спеціальні та галузеві соціології”. Випуск 3 (80).– Донецьк: Вебер, 2007.– С. 221-241.
2. Steinhauer A., Diewald G. Richtig gendern: Wie Sie angemessen und verständlich schreiben. Berlin: Duden, 2017. S. 120 – 18.
3. Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.

СИНТАКСИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ ПОСТЕРІВ АНГЛОМОВНИХ КІНОФІЛЬМІВ)

Захарченко А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Мовчан Д. В.

Ринок збуту завжди демонстрував активну конкурентну боротьбу за споживача, невід'ємним знаряддям якої виступає реклама. Реклама — могутня царица індустрії спрямована на отримання адресатом рекламного повідомлення про товар або послугу з метою зацікавлення останнього в рекламованій продукції. За останні десятиріччя неабиякого значення набула інтернет-реклама як дієвий інструмент, здатний трансформувати, модифікувати світогляд, свідомість, поведінку людини.

Одним із найбільш вживаних видів інтернет-реклами кінофільмів є банерна реклама. Вона представляє собою поєднання різних семіотичних кодів — вербального, образотворчого, включаючи анімацію, і додатково звукового. Окрім цього банерна реклама вирізняється специфічними внутрішніми текстовими зв'язками — між вербальним і знаковими компонентами встановлюються синсемантичні відносини: вербальний текст значною мірою залежить від образотворчого ряду, і саме зображення виступає у вигляді облігаторного елемента тексту [1].

Синтаксична організація банерного рекламного тексту передбачає відбір і поєднання мовних одиниць у такий спосіб, щоб забезпечити адекватність сприйняття повідомлення адресатом [2]. Для досягнення цієї мети використовуються мотиваційні тактики, які можуть слугувати висловлюванню пропозиції, нагадування або прохання і реалізуються через специфіку синтаксичного зв'язку окремих речень.

До найчастіше вживаних синтаксичних конструкцій у банерних текстах належать: еліipsis, імперативи, питання, вигуки, синтаксичний паралелізм.

Еліipsis (від грец. *ellipsis* — випадання, опущення) — використовується для оформлення заголовків та слоганів: *"It's been another life, beyond the one..."* (The Matrix Resurrections).

Як відомо, дієслово в наказовому способі може висловлювати як наказ, так і пораду чи прохання. З метою уникнення директивного

характеру рекламної інформації, автори рекламних текстів вдаються до використання дієслів у наказовому способі лише в тому випадку, коли формулюють ввічливе прохання або пораду. Однак слід зазначити, що використання імперативів у рекламних текстах більш ніж поширене. Наприклад: *“Free your mind”* (Matrix), *“Don't get mad. Get everything”* (The First Wives Club), *“Just Deux it”* (Hot Shots! Part Deux).

Нерідко з метою надати висловлюванню експресії та встановити контакт між адресатом та рекламодавцем вдаються до спеціальних питань: *“Lies. Betrayal. Sacrifice. How far will you take it?”* (The Departed), *“Why So Serious?”* (The Dark Knight), *“How much can you know about yourself if you've never been in a fight?”* (Fight Club), *“If he's crazy, what does that make you?”* (One Flew Over the Cuckoo's Nest), Звернені до адресата запитання покликані зацікавити його і, отже, залучити до «дискусії». Крім того, нерідко використовуються питання-загадки, які дають змогу активізувати фонові знання реципієнта і, тим самим, підсилити ефект впливу. Наприклад, *“What's in that picture?”* (Insidious).

Часто в рекламних текстах можна спостерігати явище синтаксичного паралелізму, який трактується як один із конструктивних принципів організації синтаксичних конструкцій. Він є окремим випадком симетрії й полягає в тотожній (повній або частковій) побудові окремих частин висловлювання: *“Same Make. Same Model. New Mission”* (T2: Judgement Day), *“Good girls want him bad. Bad girls want him worse”* (Crybaby), *“With great power comes great responsibility”* (Spiderman).

Окремо варто згадати та підкреслити інверсію та вживання пасивних конструкцій, наприклад: *“From the moment they met it was murder”* (Double Indemnity), *“Just because you were accepted doesn't mean you belong”* (School Ties).

В цілому, тактики маніпулятивного впливу у рекламних текстах ґрунтуються на створенні або активізації у свідомості та підсвідомості реципієнта позитивних ціннісних орієнтирів, їх асоціацією з предметом рекламування, отриманні задоволення від рекламованої продукції.

1. Интернет-реклама | Индустрия рекламы. Индустрия рекламы | Теория и практика рекламной деятельности. URL: <https://adindustry.ru/internet-advertising> (дата звернення: 01.11.2021).

2. Movchan D., Chulanova G., Kobyakova I. Communicative-mediatory function of secondary text-reviews. *Advanced Education*. Kyiv: NTU «KPI», 2017. № 7. P. 108–113.

ФУНКЦІОНУВАННЯ СИНОНІМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Зацаринний М. В.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.

(Сумський державний університет)

д-р філол. наук, професор Арошидзе М. В.

(Батумський державний університет Шота Руставелі)

Назви одного й того ж поняття, спільні з основним лексичним значенням, називають синонімами. Вони відрізняються відтінками або емоційно-експресивним забарвленням, або сферою стилістичного використання, а також можливостями поєднання з іншими словами [1, с. 249]. Синонімія — тип семантичних відносин мовних одиниць, що полягає у повному чи частковому збігу їх значень.

Одна з основних проблем в синонімії англійської мови полягає в надмірному використанні синонімів для пояснення певних речей у тексті. Порівнюючи з іншими мовами англійська має складнощі, коли необхідно уточнити сенс та відтінки значення. Наприклад, українська мова має більшу варіативність для уточнення сенсу завдяки флексіям. Флексії надають більше можливостей для вираження ознак та особливостей у тексті. Англійська мова використовує велику кількість синонімів для того, щоб надати певного значення, через це виникає проблема зі сприйняттям тексту.

Яскравим прикладом зазначеної проблеми є переклад термінів з англійської мови на українську мову. Терміни – це слова або словосполучення з історично умотивованим чи умовно закріпленим значенням, що відбиває одне поняття у спеціалізованій галузі знання чи виробництва [2, с. 191]. Перекладач повинен застосувати всю специфіку цільової мови, а також брати до уваги особливості вхідної (надлишкова синонімія), щоб надати відповідне значення тексту. Коваленко А. Я. пропонує класифікувати терміни [3, с. 258]. відповідно структурі термінів:

1) прості, які складаються із одного слова: *product* – товар, *purchase* – купівля, *sale* – продаж, *advertising* – реклама;

2) складні, які складаються з двох слів і пишуться разом або через дефіс: *priceconscious* – той, хто розуміє динаміку цін, *storyboard* – рекламна розкадровка, *product design* – дизайн, зовнішній вигляд товару;

3) терміни-словосполучення, які складаються із декількох компонентів: *concentrated marketing* – концентрований маркетинг, *consumer franchise* – привілейоване положення в очах споживача, *deceptive advertising* – реклама недоброякісних товарів, *demand curve* – крива попиту, *diffusion of innovations* – розповсюдження новинок, *battle of the brands* – війна марок, *top-selling brand* – бренд, найпопулярніша, (торгова) марка

Таким чином, можна зробити висновок, що надлишкова синонімія в англійській мові – це інструмент для передачі та доповнення значення при перекладі, який не обов'язково має точний аналог синонімії в українській мові.

1. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів – Київ: Вища школа, 1985. 360 с.
2. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови: Підручник для студентів ін-тів і фак. Іноземної мови – Харків: Основа, 1993. – 255 с.
3. Коваленко А. Я. Загальний курс науково-технічного перекладу – К.: ІНКОС, 2002. – 320 с.
4. Onions C. T. The Oxford Dictionary of English Etymology. / C. T. Onions. – Oxford University Press, 2004. – 1042 p.

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ У СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ

Іванова Н. І.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Черник М. В.

В останні роки були опубліковані численні наукові дослідження, присвячені вивченню спортивного дискурсу. Слідом за В. І. Карасиком і Е. І. Шейгал, дослідники відносять спортивний дискурс до інституційного типу дискурсу. У соціально-прагматичному

аспекті науковці виділяють інституційний дискурс на підставі таких системо-утворюючих критеріїв, як цілі й учасники комунікації [1, с. 178].

Специфіка сучасної комунікації у сфері спорту полягає перш за все в тому, що спортивний дискурс опосередкований засобами масової інформації, більш того, дискурс мас-медіа фактично поєднався зі спортивним дискурсом, канали масової комунікації є в наш час основними каналами здійснення спортивного дискурсивного спілкування. Спортивний дискурс є виключно медіальним, вчені виділяють газетно-журнальні, телевізійні, радіо- і інтернет різновиди цього виду дискурсу.

Зазвичай науковці поєднують спортивний та мас-медійний дискурси, оскільки канали масової комунікації є основними каналами поширення спортивного дискурсу. У спортивному дискурсі завжди присутній представник мас-медійного дискурсу. У цій ролі виступає журналіст телебачення, газети або радіо. Він є посередником між певним видом спорту, в рамках якого веде свій репортаж, і аудиторією. Комунікація носить односторонній характер, виражений зворотний зв'язок відсутній. Крім того, на телебаченні переважає структурний спосіб представлення інформації, коли одночасно передаються зображення та вербальний текст, у деяких випадках – музика [2, с. 68].

Підвищена емоційність спорту забезпечує виховну, розважальну функції, а також функцію емоційної розрядки. При цьому, якщо вплив на «пасивних» уболівальників обмежується інформаційною та розважальною функціями, то активні уболівальники, для яких спортивна інформація є невід'ємною частиною життя, відчувають на собі прояв інформаційної, аналітичної, виховної, пропагандистської функцій спортивного дискурсу.

Цілі спортивного дискурсу полягають у вербальній підтримці досягнення спортивних цілей – перемоги у спортивному змаганні, досягненні спортивної форми, а також забезпеченні престижу держави або інституту спорту, що готують свого представника для участі в змаганні.

Характерними рисами спортивного дискурсу є вживання спортивної лексики й термінів, граматичних форм і відсутність будь-якого конкретного зразка написання спортивної статті в порівнянні з науковою, політичною тощо, де лексика і мовні засоби строго лімітовані конкретними нормами [3, с. 118]. Усе це зумовлене

підвищеною емоційністю і бажанням якомога чіткіше донести інформацію до читача, збудити спортивний дух і почуття патріотизму.

З цього випливає, що спортивний дискурс – різновид комунікації між учасниками спортивної діяльності (тренерами, спортсменами, медичним персоналом, уболівальниками і спортивними журналістами), завданням якої є реалізація різних комунікативних цілей.

1. Бабенко О. В., Шекера О. О. Спортивний інтернет-дискурс як предмет лінгвістичного дослідження. *Молодий вчений*. Філологічні науки. 2017. С. 178-181.
2. Козуб Л. С. Лінгвокультурологічний аспект дослідження спортивних повідомлень у друкованих засобах масової інформації. *«Гуманітарний вісник» Черкаського державного технологічного університету*. Серія: Іноземна філологія. 2008. С. 67–70
3. Приходько Г. Текст і дискурс у світлі когнітивної науки. Черкаси: ЧДТУ, 2002. 245 с.

МОВНІ ЗАСОБИ ФЕЙКОВИХ НОВИН

Клочко О. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – асистент Вашист К. М.

В період розвитку новітніх технологій, вплив інформації на людей зріс до захмарних показників. Інформація стала більш доступною та масовою. І те, яку роль вона зайняла у сучасному світі, надихнуло канадського філософа Маршалла Маклуена на цікаву думку: “Істинно тотальна війна — це війна за допомогою інформації”. Інформація на сьогодні стала однією з найнебезпечніших видів зброї, силу враження якої можна прирівняти до зброї масового ураження [1].

Інформаційна зброя — сукупність спеціалізованих (фізичних, інформаційних, програмних, радіоелектронних) методів і засобів тимчасового або безповоротного виводу з ладу функцій або служб інформаційної інфраструктури в цілому або окремих її елементів. Основна дія інформаційної зброї — блокування або спотворення інформаційних потоків та процесів прийняття рішень супротивника.

Наразі стає актуальною така форма інформаційної зброї, як фейкові новини. Їх небезпека у масовості, тому що вони розповсюджуються через засоби масової інформації та соціальні мережі — через це феномен їх впливу на свідомість людей досягає свого апогею. Тому ця проблема є глобальною.

Класифікувати фейкову інформацію можна за різними ознаками:

- за формою подання (текст, фото, відео, голосовий запис);
- за змістом (агітація, пропаганда, маніпуляція тощо);
- за тематикою (політичні, соціальні, світські, тощо);
- за призначенням для певної вікової категорії (для молоді, для зрілих людей, для пенсіонерів тощо);
- за джерелом інформації (від першого джерела, без джерела, невідоме джерело і т. д.) [2].

Враховуючи те, що головною ціллю фейкових новин є вплив на емоційний стан реципієнта, для створення та підсилення фейкової інформації відповідно використовують такі мовні засоби як, емоційно-експресивне забарвлення (метафори, порівняння, синоніми, тощо.), прості, переважно короткі речення (обрізані, неповні, односкладові тощо), перифрази, емоційні словосполучення, багатозначна образна лексика, тощо. Оскільки фейкові новини здебільшого не містять факти, бо в більшості вони спрямовані на емоційну реакцію. Правдива новина відрізняється від маніпуляції або пропаганди максимально нейтральною подачею фактів, в ній зовсім відсутнє оціночне судження або драма. Завдання ЗМІ – неупереджено доносити інформацію [3].

Диявол криється в деталях. Тому слід звертати увагу на мовні засоби, які застосовуються в новинах, щоб не стати жертвою фейку.

1. Puzanov V., Vashyst K. et al. Social media as a development tool English communicative competence. *Journal of Curriculum and Teaching*. 2022. No. 11. 101-116. (doi: 10.5430/jct.v11n1p101)

2. Інформаційна війна – зброя масового знищення!
<https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050/>

3. ФЕЙКОВА ІНФОРМАЦІЯ В УКРАЇНСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ПОНЯТТЯ, ВИДИ, ВПЛИВ НА АУДИТОРІЮ
<http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Ковінько А. П.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Черник М. В.

Емоції вважаються одним із важливих елементів людського існування і діяльності. Вони представляють інтерес з точки зору відображення емоційного стану людині під час розмови. І саме репрезентація мовними засобами емоцій є однією з найактуальніших проблем сучасної лінгвістики. Загалом емоції розглядалися у працях таких науковців, як А. Вежбицька, Дж. Лакофф, В. І. Шаховський та ін.

Метою публікації є здійснення аналізу художніх текстів на предмет засобів вираження різних видів емоцій. Художній текст є суб'єктивним звертанням автора до читача. Його також можна вважати результатом творчого пізнання себе й довкілля. Він концентрує у своїй змістовій структурі різні види емоційних станів. Сприймаючи текст, читач легко розуміє вербалізовані емоції, які передає автор. Для опису різних емоційних станів існує багато способів. Репрезентувати емоції можна мовними засобами. Таким чином емоції проходять через лінгвістичні засоби й можуть мати як пряме, так і переносне значення. Емоційний стан людини виражають текстовими засобами, при цьому читачеві необхідно розшифровувати емоції. Автор може використовувати різні емоційні конструкції, натякати на певну емоцію у певному контексті, описувати поведінку людей, їх зміни або зміни навколишнього середовища. Також для репрезентації емоцій може слугувати авторська розповідь. У такому випадку розглядається глибинний зміст ситуації і автор може розкривати емоційний стан героя з використанням різних засобів.

На емоційний стан читача впливає емотивність значення або слова. Тобто властивість мовних засобів виражати емоції у мовній діяльності. Також на вираження емоцій у художньому тексті впливає його лексико-семантичний рівень. До таких слів належать однозначні слова, значення яких є досить конкретним і не дозволяє використовувати слово в іншому значенні. Наприклад, *fear, angry, sad*. Існують також і багатозначні слова, які у своєму переносному значенні можуть мати досить яскраву емоційність, наприклад, *invalid, sweet, perfect*.

Ми концептуалізуємо емоції як особистісні переживання. Тому варто спочатку розглянути класифікацію емоцій за Робертом Плутчиком. Він розділяє стандартні емоції, такі як *гнів, страх, довіра, огида, радість, смуток, здивування та очікування* [1, с. 242]. Крім того, можна знайти випадки, коли емоцію, виражену в тексті, неможливо точно віднести до одного з восьми попередньо визначених класів. Загалом, якщо говорити про основні емоції, то саме їх вираження можна часто зустріти у художніх текстах. Наприклад для вираження емоційного стану злості чи гніву вживають такі слова та конструкції, як *angry, defend themselves by force, break your little finger, loss my temper* [1, с. 243]. Варто також згадати і емоцію страху, репрезентація якої представляється такими словами або виразами: *horrified, tense and frightened, shaking fingers* [1, с. 243]. У художніх текстах часто трапляються й емоції смутку або радості. Емоційний стан смутку виражається словами: *failed, despair, the cloudy thoughts, staring at the floor* [1, с. 243]. А ось вираження емоції радості актуалізується таким чином: *cheerful, happy, grateful, violins moved and touched him* [1, с. 243]. Як було зазначено, до основних емоцій належить також здивування. Його можна репрезентувати словами *suddenly, loss for words, with his mouth open, petrified with astonishment* [1, с. 243].

Окремим пластом лексики для вираження емоцій у художньому тексті вважається вживання вигуків. Вони слугують прямим проявом емоційного стану і можуть містити як позитивні, так і негативні відчуття. Наприклад, *Ah, it's so exciting! Whee! Ew! What a pity! No way! Really!* [2, с. 108]. Ці приклади виражають і радість, і смуток, і здивування, і навіть, розчарування та відразу.

Лінгвістика досить ретельно вивчає емоції; вони мають потенціал актуалізуватися в художньому тексті, оскільки мови у своєму складі мають величезний арсенал мовних засобів для вираження різних емоційних станів.

1. Roman Klinger, Evgeny Kim and Sebastian Padó. Reflektierte algorithmische Texanalyse. *Emotion Analysis for Literary Studies*. De Gruyter, 2020. P. 237–244
2. Воробйова В. Є. Виразення емоцій. Актуальні питання та проблеми розвитку сучасної мови та літератури: *Міжнародна науково-практична конференція*, м. Одеса, 14–15 серпня 2020 року. Одеса:

FEATURES OF ANTHROPONYMS IN CONTEMPORARY ENGLISH LITERARY DISCOURSE

Kozlova V. A.

(Sumy State University)

Research supervisor – Lecturer Nazarenko O. V.

Nowadays, English enjoys an unchallenged position in all spheres of human communication. It is the language of diplomacy, business, economics and science. A basic knowledge of the language opens up opportunities for work, study and travel, not to mention more advanced language learning which, in addition to its advantages, offers an insight into English literary works.

However, while knowledge of the language allows you to read a text, to fully understand the author's intent requires a great deal of background knowledge, which most readers simply do not have.

Thus, when foreign readers are introduced to English literature, the problem arises of deciphering the message in the text, including understanding the names of the characters in the messages. Studying the etymological and semantic features of anthroponyms allows us to renew lost information and to gain a deeper insight into English literary discourse. The material for the study was names from George Martin's series of novels “A Song of Ice and Fire”.

Anthroponyms in the realm of literary works acquire unique properties and functions. First and foremost, they have a spatial and temporal expression. Names are useful for authors to create a full-fledged illusion of another world with all its features: place, historical era, time of action and, of course, the characters. Suitable names help deepen the atmosphere and draw the reader's attention to the peculiarities of the created universe [1].

The second feature is that literary anthroponyms usually carry a profound symbolic meaning. They do not just point to a certain character, but also become the bearer of a certain idea or belief. Usually, authors prefer to make references to certain character traits, moral qualities, talents or elements of the characters' biography in their names. In this way, they

allow readers to know some details of the plot in advance or to better understand the characters, their motivations and aspirations [2].

Depending on the meaning put into the name, they can be divided into two categories: occasional and allusive. Occasional anthroponyms express linguistic associations and are created by linguistic methods such as borrowing words or elements, adding stems, phonetic similarities, inserting suffixes, prefixes and endings.

The name of the head of the House of Stark, *Eddard*, is an example of the use of the occasional meaning. It is a variation of the name Edward, which is based on two Old English words: *ead* “prosperity, goodness” and *weard* “guardian” [3].

The first part of the name indicates the household conditions of the character, his status and financial situation. He has a loving wife and many children, is the head of the richest and most powerful family in the North. The other half of the name is related to the character's title, “*Warden of the North*”. Eddard fully lives up to his name, protecting his homeland and all the underprivileged, acting as a guardian of honour and loyalty.

The allusive anthroponyms convey extralinguistic associations, namely references to human culture, history, other literary works or mythology. In order to understand them, it is necessary to have the relevant knowledge as well as the ability to recognise such links [2].

The conflict in the series of novels is centered on the conflict between a number of powerful families, each trying to retrieve or take power. The author has created a situation similar to the medieval period in British history, namely the War of Roses.

An extra-linguistic association can be found in the names of the parties to the confrontation, *House Lannister* versus *House Stark*, which refers to the historical opposition between the families of Lancaster and York. The allusiveness of these anthroponyms is created first of all by the method of phonetic similarity, but the additional meaning can be seen in the colour symbolism of the houses: the Lannisters with the red body of the coat of arms correspond to the Red rose of Lancaster, while white one of Starks, corresponds to the White rose of York.

Authors also tend to combine these two trends in their works, creating truly unique anthroponyms with multiple meanings. However, this can make it even more difficult for foreign readers to understand the meaning put into it by the author.

Thus, anthroponyms play a special role in literature. They are a stylistic means of creating the atmosphere of a fictional world and a way

for the writers to deepen their characters. They can convey information about the social status, gender, age, personality traits, moral qualities and life events of the characters and allow readers to gain unique insight. Names are part of the story telling the reader something, just like the text.

1. Hlushchenko, O., Didur, Y., Okulova, L., & Pylypiuk, K. (2021). Exploring Functional Nature of English Anthroponyms in Literary Texts for Children. Arab World English Journal, 12 (3) 400 410. URL: <https://awej.org/wp-content/uploads/2021/09/28.pdf> (дата звернення: 29.10.21)
2. Nazarenko, O. V. Polyaspects of proper names in English fairy tale discourse and their communicative aspect. Modern linguistic systems as instruments of the reality transformation. 2014. IASHE, London. P.9-10.
3. Campbell, Michael D. “Behind the Name: The Etymology and History of First Names.” 2021. URL: <https://www.behindthename.com/> (дата звернення: 29.10.21)

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ГЕНДЕРНОГО ФЕНОМЕНУ У МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Кравчук К. А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Баранова С. В.

Гендерна рівність — складова поняття рівності та рівних можливостей. Демократичне суспільство повинно надавати і чоловікам, і жінкам рівні можливості брати участь в усіх сферах життя. Гендерна дискримінація у будь-якій соціальній сфері (як публічній, так і приватній) та будь якому інституті є важливим питанням, яке в демократичному суспільстві повинне вирішуватися на державному рівні [1].

Успішне регулювання гендерних відносин у суспільстві передбачає утвердження цінності гендерної рівності, забезпечення рівної участі жінок і чоловіків у прийнятті суспільно важливих рішень, забезпечення рівних можливостей для жінок і чоловіків щодо поєднання професійних та сімейних обов’язків — усе це експерти повинні розуміти і брати до уваги.

Існують також численні дослідження особливостей комунікації чоловіків і жінок в одностатевих чи змішаних групах, вироблення різних стратегій мовної поведінки. Інтенсивність розробок призвела до появи нового поняття "гендерлект" — постійного набору ознак чоловічої і жіночої мови.

Прояви таких мотивів бачимо у засобах масової комунікації у рекламі товарів. Жінка виступає там обличчям марки парфумів ("Скажи "Si" коханню"), засобів гігієни, автомобілів, спиртних напоїв, ліків, одягу, мобільного зв'язку ("Швидкісний концерт The HARDKISS з 4G від Vodafone"), меблів, приладів, і навіть газонокосилок. Внаслідок цього виникає зневажливе ставлення до жінки, що є порушенням загальних норм моралі й гуманності, довільним трактуванням положень Закону "Про рекламу".

При цьому відбувається дисонанс реального стилю життя і можливостей пересічного громадянина і зображень, які переслідують нас на величезних білбордах, на сторінках друкованих видань, глянцевих журналів, екранах телевізора, радіо.

Зарубіжний світ та технології, запозичені мовні конструкції нав'язують нам невимушені монологи: "Not feeling comfortable? Try always ultra!", "...blonde, brown, red, wife, lover, mother, always different, always herself..." (салон краси та SPA), "Head & Shoulders gives you happy hair" (новий шампунь фірми "Head & Shoulders"), "Твій коханий заслуговує найкраще... Блискавично швидкий... Могутній, як лев... Океан безмежної насолоди..." (чоловіча косметика для догляду за шкірою), "Зупини час для своєї шкіри" (крем від Avon) та ін.

Надмірна жіночність створює стереотип, який все частіше створюють жіночі видання.

Самопрезентація, самолюбівання, самоцінність із метою захоплення простору, який вважається чоловічим [3, с. 176].

Як не дивно, але літературні образи виявляються надто "живучими" та вигідними для медіа, тому до них сьогодні звертається чимало рекламистів. У традиційних іпостасях з'являються модерні анни кареніні (вони легко піддаються впливу чоловіка й готові жертвувати собою), марії кюрі (творчі особистості). Тому роками на телебаченні ми бачимо усім відомих Петренків у рекламі "Fairy", або улюблену Джулію Робертс у рекламі парфумів "La vie est belle Lancome" та низкою товарів, без яких ми не можемо уявити свого життя.

Вчені зробили висновок, що із загального обсягу телереклами, адресованій жінці, 39% припадає на оголошення, де пропонуються засоби догляду за собою (косметика, парфумерія, засоби гігієни), а 61% реклами пропонує їй засоби догляду за домом, дитиною, чоловіком. Тобто стереотипи лишаються практично незмінними і в сучасній рекламі [2, с. 20].

Представництво жінок у новинах є дуже мало висвітленою сферою дослідження, хоча, оскільки нещодавня доповідь Ради Європи підкреслила, що припинення гендерних стереотипів є викликом для медіа-професіоналів, щоб реалізувати демократію на практиці. Найбільшим і найтривалішим дослідженням на цю тему є Проект глобального моніторингу ЗМІ, який здійснюється Організацією Об'єднаних Націй, дані якого збираються кожні 5 років з 1995 року. Основні висновки проекту демонструють дефіцит жіночих голосів у ЗМІ, на відміну від голосів чоловіків: новини дають чоловікові центричний погляд на світ, що стосується як вмісту, створеного ЗМІ, так і самих репортерів або ведучих новин.

Для моніторингу різних індикаторів гендеру в новинах, проект розглядає стать, професійну категорію та функцію в історії людей, про які чули або читали в новинах.

У європейських країнах лише четверта частина (26%) суб'єктів моніторингу новин становлять жінки. Хоча спостерігається зростання порівняно з попередніми роками, все ще спостерігається недостатнє представлення жінок у медіа.

Відповідно до цієї передумови, серед усіх спостережуваних тем, жінки як суб'єкти новин найбільш помітні в матеріалах про науку та здоров'я (36%), за ними йдуть соціальні та юридичні теми (31%), знаменитості, мистецтво та медіа, спорт (29%), злочинність і насильство (28%), економіка (22%) і політика та уряд (21%). Отже, картинка, представлена ЗМІ, показує, що жінки практично непомітні як активні учасники роботи поза межами домогосподарства. Засоби масової інформації традиційно кваліфікувалися як чоловіча сфера через їх теми, стиль, спосіб звертання та гендерні розмежування аудиторії.

Ясна річ, що життя та соціальні ролі українських жінок є дуже різними, однак, засоби масової інформації обмежуються шаблонами і поки що не готові подивитися на світ ширше, допомогти читачам побачити жінку й чоловіка у розвитку їхньої культурної, соціальної, особистісної актуалізації.

1. Гендерна рівність і недискримінація: посібник для експертів і експертом аналітичних центрів. — Київ, 2014. — 65 с. URL: https://www.naiu.kiev.ua/files/zakon_ukr/gender/Martsenyuk_Gender_and_non_discrimination_.pdf (дата звернення: 22.11.2021)
2. Сухомлин М. І. Гендерний погляд: посібник для журналістів-практиків.— Харків: ТМ «Наклейко», 2009. — 160 с.
3. Nicholson L. J. Gender and History. The Limits of the Social Theory in the Age of the Family. New York: Hypatia, 2019. — 238 p.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

Лахіна І. Р.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Мовчан Д. В.

Публіцистичний дискурс – це інформаційний, функціональний стиль масової комунікації в газеті, засіб інформації і засіб переконання. Функціональні навантаження публіцистичного стилю визначають емоційно-оцінну насиченість дискурсу, а фразеологічними одиницями відводиться пріоритетна роль у створенні необхідного ступеня емотивності.

Багатство реалізаційних можливостей фразеологічних одиниць у газетному тексті є результатом складної та різноаспектної взаємодії фразеологізмів з контекстом і характеризується цільовими установками автора [2].

Журналісти використовують фразеологічні одиниці не тільки в їх класичній формі, а й у вигляді фразеологічних новотворів, оновлюючи їх семантику, структуру та експресивно-стилістичні властивості.

Класичним відтворенням фразеологічних оборотів у газетних текстах можуть слугувати такі приклади:

1) *An arbitrator who receives substantial repeat business from one party to a dispute is really between a rock and a hard place [3];*

2) *The president wants the FBI and the Justice Department to be at his beck and call [4].*

Фразеологізм *between a rock and a hard place* має значення «опинитися у скрутному становищі, вибрати між двома

неприємностями». Українським відповідником є фразеологічна одиниця «потрапити з жару в полум'я». Ідіому *beck and call* українською можна відтворити завдяки фразеологізму «бути на побігеньках».

Іноді автори порушують звичну структуру фразеологізму, вдаючись до вставок, синонімічних замінів, змінюючи порядок слів, місце наголосу в слові тощо:

A new lease of life is an opportunity to succeed again after an unsuccessful period [5].

У даному випадку використовується okazionalna трансформація фразеологічної одиниці *a new lease on life*, тобто автор граматично інтерпретував фразеологізм для привернення уваги.

Часто фразеологізми мають оцінний потенціал та можуть створювати емоційний ефект у газетному тексті, наприклад:

Trump warned Tuesday that «all options are on the table» in response to North Korea's latest missile launch, but a military one seems unlikely, security analysts said Tuesday [4].

У цьому уривку фразеологічне сполучення *all options are on the table* вжите у значенні «всі варіанти можливі», «розглядаємо всі варіанти». Сенс, закладений у цій фразеологічній одиниці, є інструментальним, адже він переслідує чітку ціль у контексті відносин двох держав, оскільки це погроза, що несе у собі натяк на можливість завдання нищівної шкоди супротивнику. Прагматичний потенціал цієї фразеологічної одиниці характеризується сильною інтенсивністю, оскільки погроза застосування ядерної зброї це більш ніж серйозний крок з боку політичного діяча.

Ідіоматичні вирази у текстах ЗМІ часто виконують експресивну чи емотивну функції. Емотивність розуміється як частина висловлювання, яка відповідає самовираженню мовця і відображає його враження, почуття, оцінки. Експресивність полягає у посиленні сили висловлювання відповідно до запланованого цілеспрямованого впливу на адресата [1].

Отже, фразеологізми сприяють більш ґрунтовному і повному розумінню та осмисленню своєрідності тексту. У мас-медійних текстах інтенсифікована виразність фразеологізмів слугує одним із джерел посилення експресивності мовлення та співреалізує впливову, естетичну та комунікативну функції тексту.

1. Лященко О. А. Функції фразеологізмів в англomовному політичному диспуті. Одеський лінгвістичний вісник. 2014. Вип. 4. С. 163-166.
2. Kobyakova I. K., Ovsianko O. L., Shvachko S. O. Dimensions of nominative and communicative units. Нова філологія: збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗНУ. 2020. Вип. 79. С. 46–53.
3. Law360 URL: <https://www.law360.com/>
4. The Atlantic URL: <https://www.theatlantic.com/>
5. The Guardian URL: <https://www.theguardian.com/>

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ТА ФУНКЦІЇ МАРКУВАННЯ ЯК ТЕКСТУ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Лук'янова Ю. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Уцяповська І. В.

Насиченість ринку змушує споживачів більш ретельно підходити до вибору товару, вивчати його споживчі властивості, уважно розглядати його, вникати у невелику й не завжди зрозумілу інформацію, яка розміщена на упаковці. Головним призначенням маркування є доведення основних відомостей про товар до споживачів, а також ідентифікація товару.

Завдяки своєму надзвичайному аргументативному та інформаційному потенціалу упаковка стала значущим елементом маркетингових комунікацій, тому важливим завданням фахівців різних галузей стає виявлення, класифікація й аналіз основних показників та елементів упаковки, серед яких особливе місце посідає маркування товару.

Маркування – це обов'язкова інформація, що наноситься на вироби або упаковку у вигляді тексту, сукупності знаків або символів, які характеризують даний товар і допомагають його ідентифікувати. Для основної маси споживачів маркування є практично єдиним доступним засобом інформації про товар. [3, с.214-215].

Отже, будь-який текст, нанесений виробником на виготовлену продукцію є *маркуванням*, як результат нанесення, тобто *маркування*.

Маркування виконує функції в системі маркетингових комунікацій, учасником яких стає товар, як-то:

1. Інформаційна – доведення до зацікавлених суб'єктів комунікації всіх необхідних даних про товар;

2. Ідентифікаційна – доведення до споживача, продавців, експертів та органів контролю інформації, що дозволяє розпізнавати товари;

3. Емоційна та мотиваційна – вплив маркування товару на психоемоційний стан споживача для задоволення естетичних потреб, а також для створення мотивації купівлі товару. Емоційна і мотиваційна функції маркування тісно взаємопов'язані, оскільки барвисто-оформлене маркування, пояснюють тексти, застосування загальноприйнятих символів викликають у споживача позитивні емоції і є важливою мотивацією до ухвалення рішення про купівлю товару.

Текст як форма письмової інформації є найпоширенішим елементом виробничого і торгового маркування. Для нього характерний високий ступінь доступності інформації про товар для всіх суб'єктів ринкових відносин. Текст може виконувати всі основні функції маркування, але найбільшою мірою йому властиві інформаційна й ідентифікуюча [16, с. 218]. У текстовому елементі маркування можуть бути використані всі форми письмової інформації: літерна, цифрова, словесна. Словесна інформація є найбільш доступна за умови зрозумілості мови і термінів. Питома вага тексту в маркуванні, залежно від його призначення й носіїв, становить 50–100%.

Для лінгвістичних досліджень останніх років характерним є зростання інтересу до вивчення складних та неординарних номінативних і когнітивних механізмів у текстах реклами. Значна увага приділяється механізмам поєднання вербальних і невербальних елементів у креалізованих рекламних текстах та впливу реклами на поведінку й стан людини.

Проводячи лінгвістичне дослідження упаковки, важливо визначити, чи можна вважати поєднання елементів маркування на упаковці зв'язним текстом. З огляду на структуру, маркування товару складається з великої кількості елементів, які є неоднорідними за семантичним наповненням та прагматичним спрямуванням, тобто маркування товарів є гетерогенною комбінацією вербальних і невербальних елементів [1, с. 4].

Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених різним проблемам тексту, який визнається комунікативною одиницею, не

існує загальноприйнятого визначення поняття «текст». Вважається, що сам процес мовлення (усного чи писемного) породжує текст – мовленнєвий твір, повідомлення, яке розгортається в послідовний опис ряду ситуацій

Поняття текст використовуються в лінгвістиці для позначення будь-якого уривка будь-якого розміру, який утворює єдине ціле. Це поняття охоплює твори усного і писемного мовлення. Відомо, що текст може вивчатися як процес і як продукт мовленнєвої діяльності.

Текст моделюється як обмежена одиниця мовлення, якій притаманна зв'язність і структурність. З огляду на прагматичну спрямованість та структурну специфіку цілий завершений текст значного обсягу майже ніколи не становить собою монолітного утворення. Навпаки, він часто є нічим іншим як об'єднанням кількох складників, тобто цілий завершений текст найчастіше є комунікативно гетерогенним феноменом [2, с.25]. Для того щоб певну сукупність фраз природної мови, з яких складається маркування на упаковці, впевнено називати текстом, слід проаналізувати структурні компоненти маркування товару й описати їхні особливості.

На фронтальній поверхні упаковки продукту повинні бути розміщені назва продукту – *Magnesium Citrate*, фірма виробник – *NutriCology Innovative Nutrition*, вага або кількість капсул чи таблеток – *90 vegetarian capsules*, додаткові факти – *Pure, Well-Absorbed Magnesium**. На бокових поверхнях містяться такі обов'язкові компоненти, як список основних та додаткових інгредієнтів (*supplement facts, other ingredients*) – **Supplement Facts: Serving size 1 Capsule; Servings per Container 90, Amount Per Serving % Daily Value * Magnesium (as Magnesium Citrate) 170 mg 40%. Other ingredients: Hydroxypropyl methylcellulose, magnesium stearate, silicon dioxide, microcrystalline cellulose**, рекомендоване використання (*suggested use*) – **Suggested Use: As a dietary supplement, 1 capsule one to three times daily between meals, or as directed by a healthcare practitioner. High doses of magnesium can have a laxative effect.**, спеціальні умови зберігання, попередження (*caution*) – *Contraindicated with use of aluminum containing drugs. Store in a cool, dry place, tightly capped* та штрих код.

Залежно від категорії продукту правила маркування можуть передбачати наявність додаткових обов'язкових чи факультативних написів **Warning: Do not use if safety seal is broken or missing. Keep out of reach of children. Keep your licensed health care practitioner informed**

when using this product. **Directions:** Use only as directed. Take one VegCap two times daily with meal or glass of water. Store in cool, dry place. **Discussion:** Monolaurin is a mono-ester of lauric acid, a fatty acid found in coconut oil and present in breast milk. It has been studied for its ability to provide nutritive support for the immune system. These statements have not been evaluated by the FDA. This product is not intended to diagnose, treat, cure or prevent any disease.

З огляду на те, що термін «текст» використовується і в семіотиці при аналізі знакових утворень невербального походження, таких як витвори образотворчого мистецтва, музичні твори, німе кіно, ритуальні дії, можна вважати доцільним застосування цього лінгвістичного терміна для визначення маркування товарів як текстового утворення.

Таким чином, можна стверджувати, що маркування товару є лінгвістичним феноменом і може розглядатися як певна структура мови. Під терміном «маркування товару як текст» розуміємо систему вербальних і невербальних знаків, які організовані в певну структуру, всі елементи якої відповідають вимогам зв'язності та цілності й обмежені поверхнею однієї упаковки.

1. Ковальчук І. В. Вербальні та невербальні засоби маркування товарів у сучасному англомовному комунікативному просторі: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 . Київ, 2016. -236 с.
2. Колегаєва І. М. Мегатекст як вияв комунікативної гетерогенності цілого завершеного тексту. *Мовознавство*. 1996. №1. - С.25-30. URL: <http://kolegaeva.onu.edu.ua/12-statti/7-megatekst> (дата звернення 20.07.2022)
3. Мельник Т. Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. - 364 с.

ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ ПРЕЗИРСТВА В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Луньова Л.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.

Презирство – це відчуття глибокої зневаги до когось, яке іноді може межувати з відразою. При цьому суб'єкт зазвичай має відчуття переваги над об'єктом, до якого почуває презирство, в моральному, культурному, зовнішньому тощо відношенні.

Висловлювання презирства відносяться до пейоративної лексики. Якщо класифікувати висловлювання презирства за методом аналізу словникових дефініцій, то до номінативних одиниць висловлювання, окрім слів зі значенням презирство (*disdain*, *contempt*), відносяться також слова, у семантичній структурі яких містяться такі семи, як «неповага», «зневага», «незначущість когось/чогось», «неприятність».

Найпоширенішим тригером презирства як емоції є аморальні дії людини або групи людей, щодо яких комунікант відчуває перевагу. Хоча презирство є окремою емоцією, воно часто супроводжується гнівом, зазвичай у легкій формі, наприклад, роздратуванням.

Аналіз досліджуваного матеріалу свідчить, що для позначення вираження презирства можуть використовуватися як слова, первинним значенням яких є жаль (*pity*), так і слова, які позначають щось смішне, кумедне, сміхотворне з негативною конотацією (*mockery*, *ridiculous*).

Наприклад: “*I despise you and I pity you.*”

Адресант, маючи на меті експліцитно та імпліцитно висловити своє презирливе ставлення до адресата, послуговується широким спектром невербальних засобів, що може включати зневажливий погляд, примружені очі, зневажливу посмішку. Наприклад: “*He did not answer, but in his eyes she read an icy disdain*” [1, с. 44].

Проведений аналіз дозволив нам скоригувати початкову схему когнітивного сценарію ПРЕЗИРСТВА щодо англійської лінгвокультури: причина – внутрішній стан – зовнішній прояв – міміка.

1. Maugham S. The Painted Veil. London, 2004. 258 p.

2. Kobyakova I. K., Yemelyanova, O. V., Kulish V. S. Justice and Law — 2nd edition, updated and expanded. — Sumy: Sumy State University, 2020. — 236 p.

ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЙ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Луцьковська А. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ущиповська І. В.

Кожен рекламний текст (далі РТ) повинен бути унікальним та цікавим, щоб виконати поставленні перед ним завдання – спонукання до дії та привернення уваги. У пошуках нових смислів та комбінацій, які б гарно звучали та в той же час відклалися у пам'яті реципієнта, рекламотворці використовують такі мовні одиниці, які б були наділені яскравим емоційно-експресивним забарвленням, а також піддавалися легкому адаптуванню під концепт рекламованого продукту чи послуги. Саме такими рисами володіють фразеологічні одиниці (далі ФО) – «лексично-граматичні єдності двох або більше компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, які, маючи цілісне значення, відтворюються в мовленні за традицією, автоматично» [2, с. 145]. Унікальність ФО для використання в рекламному дискурсі полягає у національному компоненті, присутньому у семантиці, та антропоцентричності, тобто спрямованості на людей.

Замінивши один компонент ФО на лексику, яка б асоціювалася з рекламованим товаром чи послугою, можна створити не лише ефективний та унікальний РТ, а й нову комунікативну одиницю, яку потім використовуватимуть у колоквіальному мовленні. Для цього застосовуються трансформції ФО, які поділяються на структурні, що не впливають на лексико-граматичну структуру фразеологізму) та структурно-семантичні (механізм дії протилежний) [1, с. 122].

Семантичні трансформції включають в себе дефразеологізацію й амбівалентну актуалізацію семантики [1, с. 123]. Дефразеологізація використовується для актуалізації значення та зміни семантики. Наприклад такий РТ: *“At last, car manufacturer offering something other than hot air. Cold air. In short, more comfort for you. Cold comfort for our*

competitors.” Тут трансформовано одиницю – *hot air* (у перекладі пуста розмова, не підкріплена діями), яку поставили поряд з *cold air*. Ми бачимо, що структурна складова не змінена, а от семантику розкрили в антонімічному плані, що чудово працює для реклами системи кондиціонерів у автомобілі. Амбівалентна актуалізація семантики слугує для розширенні значення ФО. Як приклад, можна навести такий РТ бренду *L'oreal*: “*“Beauty sleep” in a jar. Age perfect intensive re-nourish night balm. Intensely nourishes with moisture. For skin that looks smoother, plumper and radiant.*” Тут уся увага концентрується на подвійному значенні фразеологізму *beauty sleep* (довгий сон задля збереження привабливості та здорового вигляду). Завдяки такій грі на значенні реципієнт ототожнює слово *beauty* з рекламованим продуктом, тобто з його ефективністю.

До складу структурно-семантичних трансформацій входять експансія, редукція, субституція [1, с. 124]. Експансія — це додавання нових компонентів. Наприклад, “*If money talks VOLVO speaks perfect sense. A car for people with more sense than money*”. Трансформована ФО *money talks* має значення “гроші мають вплив”. Рекламотворці додали до складу назву компанії *VOLVO*, чим змінили граматичну структуру на більш ефективне з точки зору маркетингу повне умовне речення. Редукція (фразеологічний еліпсис) навпаки прибирає компоненти ФО з метою лаконізації. Наприклад, “*Weight off your shoulders and load off your mind. Introducing the Lenovo IDEAPAD u300s ultrabook just 14.9 mm thin from the edge to edge, thanks to it’s stylish book-like design, the Ideapad u300s is a showstopper. Lenovo. For those who do*”. У ФО *be a weight off your shoulders* та *be a load off your mind* редуковано артикль та дієслова *to be*, щоб мати змогу використати одиниці в імперативному значенні. Субституція – заміна компонентів ФО. Наприклад, слоган компанії *Citroën*: “*Wer zu spät kommt, verpasst das Beste.*” У цьому РТ змінено фразу “*Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben*”. Можна помітити, що друга частина виразу зазнала змін, які чудово вписують слоган в контекст реклами комфорності та практичності автомобіля.

Прагматичні аспекти трансформацій ФО розглянемо з використанням таких понять, як імплікатура та прагматична presupозиція [4, с. 46].

Імплікатуру визначають як додаткове значення, приховане в РТ з метою привернути увагу реципієнта, який в подальшому декодує смисл з огляду на лінгво-культурні та власні психологічні особливості

[3]. Імплікатура “Купіть наш товар!” наявна у кожному РД та не звучить прямо, а приховується в РТ. Проілюструвати імплікативні смисли можна на прикладі такого РТ: *It seems, like great minds, great e-businesses think alike*. По-перше, у поданому випадку наявні структурно-семантичні трансформації – розгортання та субституція, які застосовані до вислову “*Great minds think alike*”. Прихований, тобто імплікативний задум цього тексту – спонукати реципієнта до створення власного бізнесу та знаходження нових ділових партнерів. Поставлена мета реалізується за допомогою уявного віднесення реципієнта до категорії “*great minds*”, що і є остаточним елементом переконання.

Прагматична пресупозиція – це певна інформація, наявна в РД, яку реципієнт визначає для себе як правдиву [4, с. 47]. Якщо сказати простішими словами, це загальновідомий факт. У межах РД пресупозицію використовують як елемент переконання, адже адресату легше всього сприймати вже відому для себе інформацію, яка згодом трактуватиметься в рамках його власної комунікативної картини світу. Як приклад, можна навести рекламний слоган “*The Pain Stops Here.*” Тут “*The buck stops here*” (у перекладі з англійської, розповідати комусь свої проблеми з надією на те, що цей хтось вирішить їх). Пресупозиція тут вкладена в потребу людини бути здоровою. Тому рекламований засіб допоможе уникнути хвороби.

Отже, з прагматичної точки зору ФО ефективно працюють у складі імплікатури та пресупозиції.

1. Македонова О. Д. Трансформація фразеологічних одиниць у дискурсі англомовної реклами. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки Серія: Філологічні науки. 2016. №6. С. 121–125.
2. Рожанська В. О. Функціонування фразеологічних одиниць у сучасній рекламі. Обрії друкарства. 2015. С. 144–149.
3. Щербак, Е. Імплікативний компонент англомовного рекламного дискурсу. Перекладацькі інновації : матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 12-13 березня 2015 р. Суми : СумДУ, 2015. С. 104-105. URL : <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/39262/1/Shcherbak.pdf>
4. Džanik M. Pragmatic properties of idiom modifications in the language of advertising. Jezikoslovlje. 2007. № 8. С. 45–59

PROFESSIONAL LEXIS OF ENGLISH-SPEAKING STAND-UP COMEDIANS

Liuta A. V.

(Sumy State University)

Research supervisor – Lecturer Nazarenko O. V.

Although the study of humour in its many genres has been conducted for centuries, the study of stand-up comedy has received little attention. This may be since stand-up comedy is a relatively "young" humour genre. It began as part of the "commedia dell'arte" in the 16th and 17th centuries.

The stand-up comedy underwent essential changes during the 1960s. Until then, stand-up comedians did not play a central role during the performance but served as a kind of filler for the pause, for example, before the arrival of a famous music band or theatre group. They had to entertain the audience while it waited for the event.

Ever since stand-up comedians began appearing on TV shows launched in the 1960s and 1970s, the success of stand-up comedy as a true linguistic genre has begun to grow. People became interested in the work of stand-up comedians and expressed their interest by buying tapes with their performances. Over the years, stand-up comedy has become a well-known and popular form of humour, which has aroused growing interest.

Like any other field, stand-up comedy has a set of professional vocabulary that comedians constantly use in writing material and communicating on professional topics. For example, a joke is formed from a "set-up" (the beginning of a joke that represents expectations) and a "punchline" (the peak moment in a story, where expectations are shattered; frequently referred to as "punch") [1] and often may be intensified by a "tag" (an additional punchline that intensifies the humorous).

Most stand-up comedians seek to enhance their acting skills. In order to better immerse the audience in the situation and thus enhance the effect of the comic, they play scenes. This is called an "act-out".

"Jokes" are intellectual stimulation of an audience expressed in the medium of language to trigger a physical reaction (e.g., laughter); jokes are fundamental building blocks of the comedy. There are also different types and names of them. "Bit" is a joke or a set of jokes on one topic, regardless of the form and length of the comedy. A set of short jokes on one topic, a specific story, and even an ironic, absurd, humorous play may be called "a bit" [2]. "One-liner" is a joke consisting of a set-up and a punchline but is

very short in structure, as reflected in its name. Such jokes usually comprise one or two sentences.

Jokes understandable only to a specific circle of stand-up comedians are called "inside jokes". There is also the term "closing line" in the lexicon of stand-up comedians, which means the final joke of the performance, which causes the most laughter in the audience. There is another type of joke called "routine". The essence of the joke lies in its name. Namely, it is a joke or a story on one topic, which the comedian constantly uses in his/her performances.

"Call-back" is a joke with which the comedian refers to the previously said joke. Also, it is a trick with a humorous reference to something. In such references, the comedian can enhance the effect of the comic to the previously said joke or refer to something or someone previously mentioned in the jokes. A "running gag" is a joke that is repeated throughout the stand-up comedian's performance and links the whole material to one topic. "Material" is a general term for the whole set of jokes that a comedian has. Proven comedy material is a set of jokes that "works" well for the audience.

Stand-up comedians themselves can also be called differently. There is an opener, a middle, and a headliner within one stand-up concert. The "opener" is a comedian who performs first in one event. He/she is usually the least experienced of the three comedians, so his/her jokes serve as a "warm-up" for the audience. The second comedian is called the "middle" [1]. The "headliner" always completes the event program. Headliner is usually the most experienced, famous comedian of the three who perform within one event. During his/her performance, the audience is the most "warmed-up" and actively responds to all jokes with laughter.

The audience usually reacts with laughter and applause during comedians' performances, but some dare to shout something. This is usually done by uneducated or drunken spectators who think they are helping the comedian in this way. Sometimes even insults can be heard towards the comedian. Such spectators who shout something when it is not appropriate are called "hecklers".

As for the types of stand-up comedy, there is a large classification. Among the main directions is "deadpan". This is a style of emotionless storytelling. Deadpan is not a popular style among stand-up comedians.

One of the main directions of the stand-up is "one-line", which corresponds to the name of a short one-liner joke, and as a director of comedy denotes comedians who tell their material, consisting exclusively

or mainly of single-line short jokes [2]. There are not many comedians with short jokes either.

"Storytelling" is simply stories. Storytelling exists inside the stand-up as the most popular form of comedy representing. Also, storytelling is a separate form of public speaking or art, in which speakers do not have to joke and where the most important thing is the story itself.

"Monologue" is a speech of a comedian, usually addressed to the audience. The monologue is considered one of the most complex and extended forms of comedy in stand-up comedy. A pure monologue is rarely used in stand-up. It is usually a humorous commentary that concludes the bit.

"Topical comedy" is a comedy on current topics or events. Comedians will not be able to tour and perform with such jokes for a long time because they have the most significant effect "here and now", i.e., when the events they are joking about take place.

As we can see, the vocabulary of the stand-up comedy genre is quite rich, and this is not all the professional terms found in this genre. However, as stand-up comedy develops, so does its terminology. New subgenres appear in the stand-up, which needs new terms to denote them.

1. Comedy terms and phrases. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.brettvincent.com/comedy-terms-and-phrases.html> (дата звернення: 01.12.2021)
2. Lexikon der Stand-up-Begriffe [Електронний ресурс]. URL: <https://setup-punchline.de/stand-up-lexikon/> (дата звернення: 01.12.2021)

МОДАЛЬНІСТЬ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНА КАТЕГОРІЯ

Макаренко В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Баранова С. В.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю всебічного теоретичного розгляду категорії модальності, засобів її вираження, систематизація модальних слів, визначення їх статусу. Я. І. Рецкер зазначив, що у англійській мові не існує іншої лексико-граматичної категорії, яка представляла б більше складностей у

процесі перекладу, ніж категорія модальності [1, с. 170]. У лінгвістиці модальність виражають різними граматичними та лексичними засобами: спеціальними формами; модальними дієсловами (must, can); іншими модальними словами (perhaps, likely); інтонаційними засобами. За роллю у реченні модальні дієслова є службовими. Вони позначають можливість, здатність, ймовірність, необхідність здійснення дії, вираженої смисловим дієсловом.

В. І. Карабан зазначає, що така література перекладається лексико-граматичними засобами вираження модальності, за допомогою складних модальних присудків з must, have to, should, may, might, can, could, will, would, need, ought to, to be to [2, с. 49]. Усі засоби вираження модальних значень можна розділити на два види: універсальні і неуніверсальні. Перші характерні для всіх висловлювань – це інтонація. Другі присутні лише в деяких висловлюваннях.

Категорія модальності поділяється на два види: об'єктивний і суб'єктивний. Об'єктивна модальність є обов'язковою ознакою будь-яких висловлювань, однією з категорій, що утворюють пропозицію предикатної одиниці. Цей тип модальності виражає ставлення до реальності в термінах реальності (реалізації або здійсненості). Суб'єктивна модальність – ставлення мовця до повідомлення [1, с. 159]. Модальні дієслова не вживаються у якості окремих членів речення. До складу модальних слів сучасної англійської мови входять наступні слова: 1. Слова, що виражають впевненість: certainly, of course, surely, apparently, assuredly, undoubtedly, no doubt. 2. Слова-підсилювачі: indeed, evidently, obviously, really, actually, naturally. 3. Слова, що виражають невпевненість: perhaps, maybe, possibly, probably. 4. Слова, що виражають схвалення та несхвалення: happily-unhappily, luckily-unluckily, fortunately unfortunately.

1. Ільченко О. М. Етикет англомовного наукового дискурсу: Монографія / Ольга Михайлівна Ільченко.– К. : Політехніка, 2002.– 288 с.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури.- В.:Вид-во Нова книга, 2004.-575 с.
3. Рецкер Я. И. Теорія перекладу і перекладацька практика. Нариси лінгвістичної теорії перекладу. Доповнення і коментар Д. І. Ермоловича. 2-ге вид., стереотип. Москва: Р.Валент, 2006. 240 с.

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОРЕКТНОСТІ В МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Мищенко Д. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Баранова С. В.

Політична коректність (політкоректність, ПК; від англ. political correctness) — термін, що описує стиль поведінки, мовлення, спосіб життя, вподобання, але у той час не порушує особисті кордони людей у релігійній, расовій, політичній, культурній сферах [7]. Головним завданням якого є уникнення зловживання образливих виразів, слів, нетактовності, які можуть вразити людей вказуючи на їх вік, здоров'я, матеріальне благо, сексуальну орієнтацію, стать. Вводячи цей термін, автоматично з'являються положення, що свідчать про рівність та поважливе ставлення до почуттів та гідності не порушуючи права індивіда.

Терміни політична коректність, політкоректність або ПК не використовувалися до кінця 1970-х років. За словами Джеймса Вілсона (1995), судді штату Джорджія, у 1973 році Верховний суд США вперше згадав термін «політично коректний». Однак важко простежити походження «політична коректність», оскільки розвивався разом із тенденціями політичних ідеологій. Наприклад, наприкінці 1940-х років у політичних дебатах між соціалістами та членами комуністичної партії в Сполучених Штатах використовувався вислів «політично коректний». Цей термін також зустрічається у працях колишнього лідера комуністичної партії, а саме Мао Дже-Дуна. Згадується, що Мао намагався контролювати режим, оцінюючи терміни «коректний» і «некоректний» з погляду свободи слова, розбратів та взаємної критики [4]. Як відомо, в суспільно-політичній думці та науковій літературі існують протилежні оцінки феномену політичної коректності. Її противники розглядають це явище як замах на традиційні ліберальні цінності, зокрема свободу слова. Критика політкоректності має різні форми (від іронічного висміювання до категоричного неприйняття самої ідеї) [1, с. 154].

Таким чином, політкоректність набула загрозливого характеру, що підриває світоглядні питання суспільства. На противагу, існують прихильники терміну, які вважають, що результат призведе до попередження й пом'якшення гострих соціальних конфліктів, підвищення політичної й правової культури суспільства. Доктрина

політкоректності відштовхувалась від поняття “neutral language” – «нейтральна мова». Саме така мова, звільнена від виразів, котрі ображають почуття та гідність особи, порушують її людські права, має протистояти мові ворожнечі – hate speech. Мова виключення, репресії, ворожнечі має бути сама виключена із вжитку. Її використання не означає бажання уникати незручних тем, навпаки, воно означає бажання говорити про ці теми по-іншому [1, с. 155].

Медіа-дискурс відноситься до взаємодій, які відбуваються через платформу мовлення, чи то усне чи письмове, у якому дискурс орієнтований на відсутнього читача, слухача чи глядача. Хоч дискурс спрямований на реципієнтів, вони часто не можуть дати миттєву відповідь виробнику (-ам) дискурсу, хоча ситуація все більше змінюється з появою нових медіа-технологій, що ми й досліджуватимемо. Важливо зазначити, що письмовий чи усний дискурс орієнтований на читачів чи слухачів/глядачів відповідно. Іншими словами, медіа-дискурс – це публічна, сфабрикована, офіційно зафіксована форма взаємодії. Він є ситуативним чи спонтанним (у тому сенсі, як і випадковий виступ чи лист); не є ні приватним, ні неофіційним. Якими б очевидними були ці основні характеристики, вони мають вирішальне значення для дослідження, опису та розуміння медійного дискурсу [3, с. 441].

Термін «дискурс» в основному пов'язаний з використанням мови у соціальному контексті, особливо серед діалектичних відносин і мови, модальності основної семіотики і суспільства, лише з діалогічними властивостями або інтерактивністю у кожному проміжку спілкування як соціальної практики на розмовному або письмовому рівнях. Хоча дискурс, можливо, також включає безліч модальностей або ресурсів лінгвістичної семіотики, крім мови, спільно втіленого в текстах засобів масової інформації, таких як потокове відео, мультимедійні тексти і так далі [2, с. 2].

Будь-яка медіа платформа стежить та відомими постатями та публікує їх життя у просторі Інтернет, що може негативно вплинути як на кар'єру так і на професійне життя в цілому. Наприклад, газета *The Jerusalem Post: Gina Carano fired from «The Mandalorian» over social media controversy (Published: FEBRUARY 11, 2021)*, у новині зазначається: «Actress shared on social media a post insinuating that being a Republican today is like being Jewish during the Holocaust». Ці слова стали поштовхом для завершення кар'єри. Lucasfilm, компанія, яка стоїть за франшизою «Зоряних воєн», опублікувала заяву в середу

ввечері, в якій говориться, що «Джина Карано наразі не працює в Lucasfilm, і немає планів, щоб вона працювала в майбутньому. Тим не менш, її публікації в соціальних мережах, які принижують людей на основі їх культурної та релігійної ідентичності, є огидними та неприйнятними».

У газеті *The Economic Times*, викладена стаття «*If we crack down on social media anonymity, will it reduce online bullying and hate?*» (Last Updated: Nov 27, 2021), у якій йдеться про те що, протягом останніх місяців уряд запропонував побороти анонімність в Інтернеті. Ідея полягає в тому, що додавання онлайн-повідомлень до справжнього імені людини зменшить зловживання та підвищить відповідальність. Залякування та дезінформація в Інтернеті стають все більшою проблемою, і урядові заходи щодо їх вирішення назріли. У квітні цього року парламентський комітет рекомендував вимагати від користувачів надавати документи, що посвідчують особу, перш ніж відкривати акаунти в соцмережах. «Prime Minister Scott Morrison has called social media a “coward's palace”, suggesting platforms may have to reveal the identities of users».

Таким чином, до основних стратегій політичної коректності можна віднести:

1. Запобігання виразів, які можна трактувати як расизм – упереджене ставлення до національностей;
2. Запобігання виразів, які можуть бути трактовані, як упереджене ставлення до гендеру;
3. Запобігання виразів, які можуть бути сприйняті, як образливі, для різних сексуальних орієнтацій;
4. Запобігання виразів, які можуть бути трактовані, як упереджене ставлення до людей різного віку;
5. Запобігання виразів, які можуть бути трактовані, як ущемлення людей різних соціальних статусів;
6. Запобігання виразів, які можуть бути сприйняті, як образливі, для людей з обмеженими фізичними або розумовими можливостями;
7. Запобігання виразів, які можуть бути сприйняті, як образливі, для людей з вадами або нестандартною зовнішністю;
8. Запобігання виразів, які можуть бути сприйняті, як дискримінація вірувань різних релігій та деномінацій;
9. Запобігання виразів, які можуть бути сприйняті як дискримінація тварин, природи, оточуючого середовища.

Отже, політична коректність широко розповсюджена серед сучасного суспільства та несе у собі двозначний характер, як позитивний так і негативний. Тенденція вживання слів, що описує гендерні та соціальні положення — найвпливовіша, коли мова йде про усунення акценту на статі та підтримку прав жінок, соціальна – слугує для пом'якшення соціальних явищ та процесів.

1. Колядич Ю. В., Хоцянівська І. В. Політкоректність у сучасному мовному просторі. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-37-2/10>
2. Gustia A. Discourse in mass media: a study of critical analysis research. VOL. 3 NO. 1 (2018); English education. URL: <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/inggris/article/view/11847>
3. O'Keeffe A. Media and discourse analysis. 441-454 с. URL: <https://dspace.mic.ul.ie/bitstream/handle/10395/1681/O%20?sequence=2>
4. Phumsiri N. An Analysis of the Use of English with Political Correctness: A Case Study of Graduate Students in Thailand. Arab World English Journal (AWEJ). 2018. Volume 9. Number 4. Pp. 447- 463. URL: <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol9no4.33>
5. The Economic Times URL: <https://economictimes.indiatimes.com/>
6. The Jerusalem Post URL: <https://www.jpost.com/>
7. Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com>

ФРАКТАЛЬНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ АНГЛОМОВНОГО КАЗКОВОГО ДИСКУРСУ

Москаленко А. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.

Діскурс (від фр. *discours* – промова, розмова на конкретну тему) – поєднання мовлення та ситуації, де саме воно і здійснюється. До того ж дискурс вміщує як перебіг мовлення, так і його передумови, обмеження і результати, позамовний контекст і невисловлені цілі і наміри, що супроводжують акт мовлення [1]. Також дискурс є засобом соціального використання мови задля відтворення значних історичних ситуацій. Як відомо, дослідження казок у літературознавстві та фольклористиці вміщує доцільні постулати, що казка є відображенням неповторного і чарівного світу, а також

відкриває перед читачем різноманітність дух народу, його менталітет, тобто формулювання думки та вміння у відповідний спосіб інтерпретувати та оцінювати конкретні події.

У вітчизняному мовознавстві сформувалося нове бачення щодо дослідження мовних явищ та процесів – лінгвосинергетичне. Сьогодні наявна українська наукова лінгвосинергетична школа, засновницею якої є харківська вчена-лінгвіст Л. С. Піхтовнікова. Послідовники останньої активно займаються вивченням синергетичних аспектів тексту: О. Н. Гончарук, С. Н. Корінь, Н. Н. Пильгуй, М. М. Яремчук та інші.

Варто зазначити, що Л. С. Піхтовнікова висвітлює синергетичні ефекти тексту в тріаді контексту-тексту-підтексту. Основна ідея її концепції полягає у тому, що в будь-якому типі тексту актуальною є взаємодія тексту та контексту, а також їх продукту – підтексту [4, 90]. На думку Л. С. Піхтовнікової, автор є водночас і творцем-конструктором тексту, і знаряддям аттракторів та репеллерів. цього тексту, що з'явилися до автора та незалежно від нього.

У сучасній лінгвістиці все більше поширюється застосування терміну «фрактал», що запозичений із математики. Потрагування поняття «фрактал» з точки зору лінгвістики на сьогодні є неоднозначним і нечітким. Утім, наявна низка наукових праць, де здійснюється аналіз цього поняття у контексті метафоризації, інтертекстуальності та інтердискурсивності. Проблеми фрактальної структури текстів казкового дискурсу залишаються практично не вивченими як у зарубіжній, так і у вітчизняній лінгвістиці, що забезпечує їх актуальність. У 1986 р. було опубліковано німецьких математиків Х.-О. Пайтгена та П. Х. Ріхтера «Краса фракталів» (Peitgen H.-O., Richter P. H. The Beauty of Fractals. Images of Complex Dynamical Systems), в якій підкреслюється, що найбільш переконливим аргументом задля вивчення фракталів є їх краса, що кидається в очі [5, VI]. Зазначимо, що, як правило, краса відтворюється графічно правильними лініями та гармонійними формами. Опис фрактальних структур пропонує інше розуміння краси, що передається за допомогою нерівності поверхні, дисгармонії ліній з втіленням так званої фрактальної розмірності.

Як зауважують деякі науковці, з позицій лінгвістичної науки теорія фрактальності пропонує універсальну модель щодо розгляду лінгвістичних явищ та аналізу структури тексту, оскільки ці процеси нерегулярні. Звідси, текст має ознаки нерегулярності, оскільки його

комбінаційний потенціал безмежний. До того ж будь-який текст уможлиблюється збільшити чи зменшити за обсягом, навіть зробити його нескінченним [3, 118]. Зокрема, Ю. С. Кійко, як приклад нескінченності тексту, розглядає історії із циклу «1001 ніч» [3, 119]. До того ж у процесі збільшення чи зменшення текст перебуває у стані постійного розвитку та може здійснювати розвиток від тексту-слова до тексту-дискурсу [2, 82].

Отже, тексти англомовного казкового дискурсу є багатовимірною, нерегулярною структурою як з точки зору побудови, так і сюжетних та змістовних ліній. Такі тексти вміщують ознаки фракталу, що уможлиблює виокремити самоподібні структури, розпізнати нелінійну фрактальну форму твору як єдиного цілого, що сприяє проникненню в його глибинний зміст, що задумав автор.

1. Дискурс. Визначення поняття. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 20.11.21 р.).
2. Гураль С. К. Язык как саморазвивающаяся система. URL: <https://www.twirpx.com> (дата звернення: 21.11.21 р.).
3. Кійко Ю. С. Мовна система із фрактальної перспективи. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. №16. 2015. С. 117–120.
4. Пихтовникова Л. С. Синергетика в филологических исследованиях. Х.: ХНУ им. В. Н. Каразина, 2015. 340 с.
5. Peitgen H.-O., Richter P. H. The Beauty of Fractals. Images of Dynamical Systems. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1992. XVI. 984 p.

ФОРМУВАННЯ ЗБІРНИХ ІМЕННИКІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ФАУНИ

Муштай К. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ущиповська І. В.

Збірні іменники традиційно визначаються як іменники, які використовуються на позначення групи предметів або живих істот. За загальноприйнятим поглядом на збірні іменники, ця група іменників являє собою особливу групу слів, яку представляють множини

однорідних предметів. Збірні іменники на позначення фауни, зокрема тварин та птахів ще з давніх часів привертали увагу людей. Люди за своєю природою схильні вішати ярлики на ті чи інші речі або предмети. Саме ця особливість виразно проявляється в прагненні людей надавати найменування об'єктам природи, зокрема представникам фауни.

Здавна основою формування збірних іменників на позначення фауни були певні асоціації та характеристики окремих видів тварин, чим і обумовлюється їх незвичне звучання.

Асоціації, що покладаються в основу утворення збірних іменників на позначення фауни, можуть бути пов'язані з:

- 1) формою предмета;
- 2) якістю (характеристики тварин);
- 3) забобонами [1, 27-28].

Перша з наведених груп асоціацій пов'язана з формою предмета. Сутність таких асоціацій проявляється в тому, що той чи інший представник фауни нагадує особисто або своєю поведінкою певну фігуру, має відповідну форму від якої походить назва його збірного іменника. Наприклад, *pod of seals, kaleidoscope of butterflies*.

Друга група асоціацій, які використовуються в утворенні збірних іменників на позначення фауни, пов'язана з якістю, характеристиками власне самих представників фауни. Наприклад, *a pride of lions*. Слово *a pride* в перекладі означає гордість, а як відомо, саме лев ототожнюється з символами величі, сили, влади та могутності. Зазвичай в літературних творах цього величного представника фауни зображують благородним, гордим, хоробрим, розумним, що саме й породжує перелічені асоціації.

Третя група асоціацій вміщує в собі асоціації пов'язані з забобонами, які також є досить вживаними в утворенні збірних іменників на позначення фауни. Наприклад, такі птахи як ворони ще здавна привертали увагу людей. Цих представників фауни люди вважали віщими, містичними птахами, здатними передбачати біду, горе, війну, голод і багато іншого лиха. Причому з негативом асоціюються як ворон, так і ворона. Так, в Англії свято вірили в такі забобони, що ці птахи можуть відчувати епідемії, пожежі, або будь які інші соціальні катастрофи які очікують людей. Тому не дивно, що на позначення груп воронів використовується збірний іменник – *an unkindness of ravens*, що в перекладі означає ворожість, а на позначення груп ворон – *a murder of crows*, що перекладається як

вбивство. За старими народними переказами та міфологією існує кілька різних пояснень походження терміну “*a murder of crows*”. Ворони, асоціюються зі смертю, вважаються шкідниками, саме такі забобони обумовлюють їх зв'язок зі смертю та страхом. Гучні, нестримні й дуже розумні ворони давно асоціюються зі злом. Слід зазначити, що наведені забобони, пов'язані з даною групою птахів, не залишилися в минулому, а й досі часто використовуються в сучасній публіцистиці.

Поряд з асоціаціями при формуванні збірних іменників використовується і низка стилістичних прийомів:

- 1) алітерація;
- 2) гра слів;
- 3) метафора [1, 28].

За використання стилістичного прийому алітерації, відбувається повторення однорідних приголосних звуків, що призводить до підсилення виразності значення того чи іншого збірного іменника (*a caravan of camels*). Сутність іменника *a caravan* розкривається через слова караван, низка, а як відомо саме стадо верблюдів рухається один за одним, перетинаючи місцевість.

Серед стилістичних прийомів, які використовуються при утворенні збірних іменників на позначення фауни, слід виділити й гру слів. Даний стилістичний прийом досить часто використовується в публіцистиці, базуючись на поєднанні слів відповідно до їх багатозначності. За підтвердження наведемо приклад – *a flight of bees*. В цьому випадку гра слів полягає в тому, що бджоли відносяться до класу комах, які мають крила, а тому і здатні літати. Слово *a flight* в перекладі означає політ.

Не менш важливе місце в утворенні збірних іменників належить метафорам як одному з стилістичних прийомів. Саме метафори дозволяють дати означення тому, що важко конкретно описати або тому, для чого ще не існує позначення.

Балабан О., досліджуючи можливості метафор, серед множини типів метафор виділяє полісемічну метафору, яка межує з багатозначними словами [2, 83].

Відомо, що за полісемічні приймаються слова які поряд з прямими значеннями мають щонайменше одне переносне. Такими прикладами можуть бути збірні іменники *a litter of kittens*, *a litter of puppies*. Слово *a litter* є полісемічним та має декілька непрямих

значень: безлад, послід, сміття. В прямому значенні цей збірний іменник позначає групу кошенят, щенят, виводок.

Кількість збірних іменників на позначення фауни продовжує збільшуватися. Це обумовлено як змінами екстралінгвістичного характеру, що відбуваються в житті людей, так і відкритістю класу квантифікаторів. При цьому, основними способами збагачення лексики на позначення фауни залишаються вторинні номінації, які виконують різні функції: естетичну, когнітивну, реалізації ефекту очікування та продуктивні моделі словотворення, зокрема словоскладання та суфіксація. Як правило, в англійській мові виділяються морфеми, що є базисом формування іменників з семою збірності.

Таким чином доходимо висновку, що в формуванні збірних іменників на позначення фауни максимально застосовуються різноманітні асоціації пов'язані з формою предмету, якістю, тобто характеристиками тварин та забобонам, а також стилістичні прийоми: алітерація, гра слів та метафора. Асоціації, що є базисом формування збірних іменників вмотивовують вибір незвичних, на перший погляд, іменників на позначення представників фауни та подальшого їх використання в англомовній публіцистиці. Окрім цього, корпус збірних іменників на позначення фауни збільшується як за рахунок вторинної номінації, так і за допомогою продуктивних моделей словотворення, серед яких виокремлюють словоскладання та суфіксацію. Незважаючи на те, що окремі збірні назви груп тварин були видуманими, вони поповнили лексику сучасної розмовної англійської мови та залишаються в обігу публіцистів.

1. Дубровская В. В. Особенности периферийных квантификаторов – собирательных имен существительных в современном английском языке. Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2016. Вып. 35. С. 24-31.
2. Балабан О. О. Метафора як семантична універсалія. Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2008. Вип. 1. С. 81-87.

ВЕРБАЛЬНА АКТУАЛІЗАЦІЯ СУГЕСТІЇ: ОСНОВНІ ВЕКТОРИ ВИВЧЕННЯ

Нетребич Е. Є.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Єгорова О. І.

За останній час великої популярності набувають дослідження на міждисциплінарному векторі. Зокрема спостерігається активна співпраця дослідників на стику лінгвосоціальних і лінгвопсихологічних наук. Одним з продуктів такої співпраці є сугестологія.

Сугестією називають вплив на особистість, який зумовлює появу у людини, поза її волею та свідомістю, певного стану, почуття, ставлення; реалізацію людиною такого вчинку, що безпосередньо не впливає з тих норм, установок та принципів діяльності, які приймалися нею до цього [1, с. 3]. У більшості випадків сугестивність є свідомо здійснюване сугестором по відношенню до сугеренда навіювання.

Сугестія звертається не до раціональної аргументації, а до чуттєво-образної сфери рецептора, навіює, наштовхує на прийняття певної думки або судження на віру, не піддаючи їх критичному осмислюванню. Іншими словами, вона робить першочергову ставку на емоцію [2, с. 70]. Таким чином, ефективність навіювання або сугестії переважно залежить від застосування методів сугестивного впливу, де важливим вважається не стільки зміст інформації, скільки форма її подання, емоційні властивості, виразність. Іншими словами, більший вплив має не те, «що говорять», а те, «як говорять». Найчастіше ці установки відносяться до масової свідомості.

Як відомо, людська комунікація має вербальну і невербальну форми. Під вербальною комунікацією розуміється реалізація усного і писемного мовлення за допомогою вербальних знаків.

Сугестологія вивчає засоби, які інкрустують до промов елементи актуальності, справжності або пікантності, певні комунікативні тактики, які допомагають спікеру бути на одному емоційному рівні з аудиторією, привернути її увагу, створити обстановку, що розташує слухача до інформації та цінностей, які сугеренд хоче навіяти, а також лінгвістичні прийоми, які охоплюють власне сугестивний потенціал лексики й граматики. У процесі імплементації сугестивного впливу можуть бути обрані різні фокуси впливу – потенційний досвід

сугестора або сугеренда, емоції, почуття, яскраві образи, сформовані у свідомості реципієнта, приватна інформація, наявні систематичні знання про відомих людей, місця, події, зразки музики, літератури [2, с. 72].

До вербальних інструментів навіювання належать: використання займенника першої особи множини *we* замість займенників першої та другої осіб однини *I* та *you* для посилення контакту між спікером та його слухачами; вживання таких слів, як *can*, *possible* замість модальних дієслів *must*, *to have to*, *should* та імперативних форм для підкреслення певної інформації в промові та емоційної виразності; використання умовних речень для актуалізації причинно-наслідкових зв'язків, фразових дієслів та розмовної лексики з метою зближення з аудиторією, прийомів персоніфікації, метафоризації, повторів та порівнянь, про що свідчать уривки з виступу Р. Мартіна *Why we get mad – and why it's healthy*:

- 1) *We feel it to the very end. In fact, anger has been with us at some of the worst moments of our lives;*
- 2) *Think for a second about the last time you got mad;*
- 3) *Because we don't have to think too hard to find things we should be mad about;*
- 4) *You see anger as a problem. You see the way it interferes in your life, the way it damages relationships, maybe even the ways it's scary;*
- 5) *All of a sudden, you are not going to get your dream job, the one that was going to give you piles and piles of money.*

Отже, сугестія – це психологічний вплив на людину, який має цілеспрямований характер і метою якого є навіювання індивіду певних цінностей та установок, що будуть сприйматися ним переважно підсвідомо. Іншими словами, сугестія – це навіювання, яке виконується за допомогою спеціально заготовлених словесних формул та інших вербальних та невербальних інструментів.

1. Омеляненко К. Н. Управление состоянием человека путём суггестивного воздействия: Куйбишев, 2008. С. 1–9. URL: <http://generalpsychology.narod.ru/books/1/Omelyanenko.pdf>
2. Єгорова О. І., Дзикович О. В., Коваленко А. Я. Сугестійні прояви нативної реклами на просторах блоґо- та влогосфер. Закарпатські філологічні студії. 2020. Вип.13. Т. 2. С. 68–73. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/77218/1/Yehorova_native_ads.pdf

ВІДЕОГРА ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ: ЛІНГВОСИНЕРГЕТИЧНИЙ РАКУРС

Нікитенко В. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.

Стрімкий розвитку комп'ютерних технологій поступово спричиняє залежність індивідів від такого комунікативного середовища як Інтернет та визначає їх повсякденну життєдіяльність. Світова мережа, на сьогодні, є джерелом задля виникнення нових видів комунікації та формування її особливостей. Такі зміни у спілкуванні надають широкий простір для наукових досліджень та вивчення нової форми сучасної комунікації, до якої належить комп'ютерний дискурс.

Комп'ютерний дискурс – дистанційна комунікативна взаємодія людей [5, 612] у віртуальній реальності, що здійснюється з використанням сучасних технологій: Інтернету та девайсів (комп'ютерів, планшетів, смартфонів), а також шляхом відтворення різноматніх текстових, візуальних та аудіо-повідомлень.

На початковому етапі становлення та розвитку комп'ютерного дискурсу як окремої форми спілкування, комунікація реалізовувалася здебільшого у текстовому форматі (листи на електронну пошту, різноманітні чати та форуми тощо), сьогодні ж така форма мовної інтеракції відбувається ще і шляхом аудіо- та відеоповідомлень (дзвінки, голосові чати, відеоконференції тощо). Унікальною лінгвістичною ознакою такого спілкування є те, що воно відрізняється від усного чи писемного, оскільки здійснюється як у режимі реального часу, так і асинхронно. Це зумовлено можливістю редагувати повідомлення та потенціальними технічними проблемами.

Своєрідність мовного спілкування учасників комп'ютерного дискурсу полягає у комбінації різних лексичних одиниць, що відносяться до різних стилів. Інтернет комунікація насичена різноманітними поняттями. Зокрема, уможлиблюється виокремити три групи використання комп'ютерної термінології:

- специфічні комп'ютерні поняття;
- мовні одиниці, запозичені в комп'ютерну термінологію з інших галузей, що набули іншого значення у комп'ютерному дискурсі;
- загальнолітературні одиниці мови, що в Інтернет-спілкуванні набули специфічного значення;

- тематичні сленгізми та фразеологізми.

До жанрів дискурсу у віртуальній реальності уможливлується виокремити:

- форум, учасники якого комунікують за допомогою висловлювань, що опубліковуються на сайті та ініціюють спілкування або підтримують його;
- чат, де здійснюється обмін повідомленнями у режимі реального часу;
- E-mail, де комунікація здійснюється у формі аналогу письмового листування з однієї електронної скриньки на іншу, утім, миттєво;
- блог, де учасники спілкування комунікують шляхом коментування постів;
- багатокористувальницькі відеоігри, де спілкування відбувається між гравцями та віртуальним простором у межах моделі різних ситуацій, де людина асоціює себе з конкретним ігровим персонажем.

Можливість он-лайн комунікації виконує низку функцій:

- транслявальна;
- комунікативна;
- функція соціалізації.

До того ж деякі дослідники додають і розважальну функцію, що займає не останнє місце за вагомістю [1]. Звідси, ігрова індустрія почала активно використовувати комунікативні можливості Web-простору задля його розширення. З появою перших комп'ютерних ігор словникові запаси користувачів значно поповнилися різноманітними термінами, а коли почали випускатися не лише «сінгл-плеєри», а й кооперативні ігри, тоді, відповідно, з'явилися нові майданчики для комунікації у віртуальній мережі. Порівняно з кіномистецтвом чи художньою літературою, відеоігри сьогодні слугують джерелом саморозвитку, пізнання, навіть естетичної насолоди, що надають гравцеві можливості екзистенції у інший вимір чи епоху, пропонують полімодусну комунікацію [2,124]. Наявність правил та заборон, перемога або поразка, відірваність від реальності, емоційний вплив, свобода вибору у процесі гри – це все основні її ознаки. До того ж деякі науковці зазначають, що у грі є витоки культури як такої [4]. Також відеоігри відносять до категорії digitalart, цифрового мистецтва, що вміщує у собі використання таких технологій як інструменту для створення сетингу (за словником Маріама-Вебстера: час, місце та обставини, у яких розвиваються

події); відтворюваний мультипростір у відеогрі) та їх використання для створення окремого медіа [3, 8].

Як нам уявляється, перспективним є дослідження відеоігрового дискурсу у контексті синергетичної теорії фрактальності, оскільки остання стала ефективною задля аналізу складних геометричних і фізичних процесів, тоді уможливлується її застосування і до побудови фрактальної моделі відеоігрового дискурсу як складної багатовимірної структури з базовими категоріями, такими як простір і час.

1. Биккулов А. С. Интернет как средство массовой коммуникации. URL: <http://www.dslib.net/sociologia-kultury/internet-kak-sredstvo-massovoj-kommunikacii.html> (дата звернення: 02.12.2021).
2. Пожарицька О. Наративна комп'ютерна гра: типи вербальної комунікації. URL: <http://philol-zbirnyk.uzhnu.uz.ua/index.php/philol/article/view/175/158> (дата звернення: 01.12.2021).
3. Christiane Paul. Digital Art. London, 2008. 272 pp.
4. Huizinga Johan. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture. NY: Angelico Press, 2016. 232 p.
5. Schiffrin Deborah, Deborah Tannen, and Heidi E. Hamilton. The Handbook of Discourse Analysis. Malden, Mass: Blackwell Publishers, 2001. URL: <https://lg411.files.wordpress.com/2013/08/discourse-analysis-full.pdf> (дата звернення: 03.12.2021)

УТВОРЕННЯ НОВИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНИХ ОНЛАЙН-ЗМІ (НА ОСНОВІ СТАТЕЙ ПРО COVID-19)

Овчаренко М. О.

(Сумський державний університет)

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

Англійська мова багата на способи утворення неологізмів. Найпоширенішими є об'єднання існуючих слів, або заміна значення існуючих слів за допомогою афіксації, тобто додавання префіксу чи суфіксу до основи. Нові слова можуть бути створені взагалі без етимологічного джерела, або складені повністю чи частково з мовних коренів. Без сумніву, епідемія Covid-19 внесла значні корективи в

життя людей по всьому світі. Кожен помітив вплив «нової реальності» на повсякденність, ми поступово перелаштувалася у існування онлайн. Тож мова не могла не зазнати помітних змін.

Дослідити і виділити основні лексичні одиниці, які склались в онлайн-ЗМІ під час пандемії.

Складання є одним із найбільш ефективних способів словотворення в сучасній англійській мові [2, 29]. Такі слова як *doomscrolling*, *lockdown*, *shutdown*, *coronacoma* є прикладами застосування цього способу. У структурному аспекті, складені неологізми поділяються на нейтральні, морфологічні, та синтаксичні. Нейтральні неологізми складаються з двох основ, які об'єднані без будь-яких з'єднувальних елементів, наприклад, *lockdown*. Морфологічний спосіб творення виникає, коли дві основи об'єднують сполучним елементом. Це може бути голосний або приголосний, наприклад, *zoom-oom*, *covid-exit*. Синтаксичний спосіб творення полягає в поєднанні різних частин мови для утворення окремої лексичної одиниці. Зазвичай таким способом формуються словосполучення, *shelter-in-place*. Скорочення — це трансформація, в результаті якої оригінальне слово стає коротше та не втрачає початкового значення [2, 30]. Наприклад, *Rona* від *Corona*, *iso* від *isolation*, *pandy* від *pandemic*. Наприклад, слова *WFH* (*Working from home*) та *BC* (*Before Covid-19*). Особливо популярні ці одиниці були у соціальних мережах, де користувачі звикли висловлюватися коротко, а *#wfh* використовували у якості хештегу для власних блогів. Словозлиття, або контамінація — це спосіб творення слів, при якому частини двох слів поєднуються для утворення нового слова, значення якого часто буде комбінувати значення двох слів-донорів [ibid]. Наприклад, *coronapocalypse*, *quaranteams*, *panicdemic*, *zoombie*. Афіксація, або деривація — це процес додавання одного чи більше афіксів до кореневої морфеми для формування нового слова [ibid]. Для формування слів коронавірусного словника, у англійській мові найчастіше використовуються такі суфікси як *-er*, *-ion*, *-ness*, *-ment* (*antivaxer*, *sanitizer*, *super-spreader*, *drivecation*, *masklessness*) та префікс *self-* (*self-isolation*, *self-quarantine*). Редеривація є явищем, протилежним до деривації [2, 31]. Наприклад, *vaccinate* від *vaccination* та ще багато інших способів. Ось декілька прикладів використання «ковідних» неологізмів у сучасних ЗМІ та пояснення їхнього утворення:

• “*Corona-divorce*”, (*Japanese hotel chain offers “evacuation space” for fed-up spouses to avoid “corona-divorce”*) в буквальному перекладі — «корона-розлучення». Цьому поняттю була присвячена стаття за 17 квітня 2020 року в американській газеті CBS News, авторка Люсі Крафт. Неологізм позначає розривання шлюбу, причиною якого стала довга самоізоляція, на яку вимушені були піти люди з огляду на загострення захворювань на коронавірус.

• “*Covideo party*” (*The finale for Bike Week will be a special covideo party of MOTHERLOAD on Sunday 27 September at 7.30pm.*), буквально, «ковідео вечірка». Це словосполучення було опубліковане в газеті Galway Advertiser 17 вересня 2020 року. Поняття означає віртуальну вечірку під час пандемії, учасники якої разом дивляться телевізор чи фільм, перебуваючи вдома.

З розширенням аудиторії медіа-ресурсів, популярність та попит на тематичні статті та блоги зросли. Журналісти і блогери почали формувати новий погляд на звичне життя. Багато звичних нам дій, чи то похід на навчання, чи то робоча зустріч, перейшли у формат онлайн, і принципова зміна сутності дії призвела до семантичних та графічних трансформацій відповідних лексичних одиниць. Таким чином нині ми можемо бачити велику кількість нових лексичних одиниць.

1. Чуланова Г. В. Англомовний дискурс COVID-19 як новий продукт комунікативної діяльності індивідів // Topical issues of modern science, society and education. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Kharkiv, Ukraine. 2021. Pp. 517-523. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-topical-issues-of-modern-science-society-and-education-5-7-sentyabrya-2021-goda-harkov-ukraina-arhiv/>.
2. Behera B. The Burgeoning Usage of Neologisms in Contemporary English / B. Behera, P. Mishra. // IOSR Journal Of Humanities And Social Science. – 2013. – С. 25–35.

ФЕНОМЕН АБРЕВІАЦІЇ В ОНЛАЙН-ДИСКУРСІ

Павлів О. Р.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

(Сумський державний університет)

канд. філол. наук, доцент Наргіза Бурієва

(Джизакський державний педагогічний університет,

м. Джизак, Узбекистан)

У сучасному світі спостерігається активне розширення поняття віртуальної комунікації, яка веде до інтеграції та глобалізації. Це так само охоплює питання культурної обізнаності та самовираження. Схожа з реальним спілкуванням, комунікація в соціальних мережах, а саме у чатах та блогах висуває нові закони та правила мовної взаємодії. Однією з особливостей даного способу передачі думок, є застосування скорочених лексичних одиниць. Такі фрази розподіляються за позитивною та негативною конотаціями. Вони здатні переходити в усне мовлення. У цьому факті, а також недостатньому дослідженні у лінгвістиці полягає актуальність та новизна цієї теми.

Мета даної роботи полягає в аналізі скорочень, які є специфічною особливістю мови у віртуальному просторі сучасної англійської та німецької мов, та виявлення тенденції розвитку процесу абревіації.

Однією з обґрунтованих теорій появи скорочень є концепція економії мовних засобів. Суть «економного використання мови» полягає в забезпеченні передачі максимальної кількості інформації в одиницю часу, тобто в підвищенні комунікативної ролі мови [2, с. 7]. Сьогодні мовне спілкування звертає увагу різноманітних галузей. В процесі розширення горизонтів комп'ютеризації та онлайн-комунікації, можна спостерігати появу нових лексичних одиниць. Одним з ключових моментів при цьому є обговорення «лексичних скорочень», на що впливає процес абревіації. Англійський тлумачний словник дає таке поняття: *«Acronym – a word made from the first letter of other word, AIDS is the acronym for 'acquired immune deficiency syndrome'»*.

Складно трактувати значення сучасних скорочень, якщо діалог відбувається в Інтернеті. Як і в українській мові скорочення використовують частіше в смс, онлайн або, як сленг. Звучання

коротких англійських слів дозволяє замінювати їх однією літерою, хоча за встановленими правилами скорочення, повинно залишатися принаймні дві одиниці, для позначення слова або цілої фрази. Наприклад, дієслова «*be*» та «*see*», часто замінюють на звичайні – «*b*», «*c*». І використовують, як «*I see*» – «*IC*», «*see you*» – «*CU*». Таким чином скорочується сполучник «*and*» до літери «*n*». Як от у «*R'n'B*», «*Rock 'n' roll*». Форма дієслова *to be – are*, при скороченні позначається однією літерою «*r*». Займенник *you* – як «*u*». *RUOK – are you ok? HRU – How are you, MU – miss you.*

У німецькій мові схожа закономірності, незалежно від морфемних границь. Наприклад: *Foto – Fotografie, erw. – erweitert, Hr. – Herr, geb. – geboren.* Найпоширеніші аббревіації можуть бути використані в будь-яких електронних повідомленнях: «*wms*» – *was machsch so?*, «*gg*» – *geht's gut?*, «*bb*» – *bis bald*, «*bm*» – *bis morgen*, «*SB*» – *schreib zuruck*, «*ka*» – *keine Ahnung*, «*kp*» – *keinen Plan*, «*vlt*» – *vielleicht*. Подібного роду аббревіатури є і в англійській мові: «*ASAP*» – *as soon as possible*, «*BTW*» – *by the way*, «*IDK*» – *I don't know*, «*TTYL*» – *talk to you later*. «*AFAIC*» – *as far as I'm concerned*, «*ASIS*» – *as I see it*. Також для висловлення прохання використовують стислі форми слова «*please*» іноді, як *PLS, PLZ. Thank you* – має ще більше варіантів, *TNX, THX, TX*. Ще один спосіб творення англійських скорочень пропонує уникнення голосних літер, як от *message – «MSG»*, «*CLD*» – *could*, «*GD*» – *good*, «*VGD*» – *very good*, «*RLY*» – *really*, у цьому способі прослідковується схема пов'язана зі старослов'янською мовою, де спостерігались вибірково пропуски голосних. Деякі скорочення стали запозиченими, і часто зустрічаються в усній українській мові, залишившись у первинному фонетичному значенні, як от *LOL – Laughing out loud*, українською теж звучить як «*ЛОЛ*». Також «*РОФЛ*», що можна зустріти у чатах, є англійським *ROFL – дослівно “rolling on the floor laughing”*.

Існують скорочення зі числівниками. Коли фонему замінює цифра зі схожим звучанням.

Наприклад «*2*» може замінити звуки «*to, two, too*». *To you – «2u»*, або «*2u2*» – *to you too*, «*2day*» – *today*. Цифра «*4*» звучить як «*for*». Наприклад, «*b4*» – *before*. Число «*8*» – «*ate*», «*gr8*» – *great* от «*l8*» – *late*. І відповідно у німецькій мові: «*n8*» – *nacht*, «*3N*» – *nie, niemals*. Аналіз аббревіацій та скорочень, спонукає виділити ряд функцій, які вони виконують. По-перше, обмежувальна функція, тобто її зміст полягає в звуженні кола учасників спілкування, що надає певний код,

недоступний усім користувачам. Наприклад, *GN8 – Good Night / Gute Nacht*. Проте найважливішою слід вважати економію місця та інформативну компресію, а також підвищення виразності тексту.

У підсумку, мова у віртуальній комунікації прогресує, розвивається і змінюється. Користувачі здатні вплинути на зміни і нововведення у правила використання слів та скорочень. Як ми переконалися, в англійській та німецькій мові скорочення набули швидкого використання завдяки їх економності, семантичній місткості, і оптимізації повідомлення. Заразом скорочення збільшує обсяг інформації без збільшення об'єму, полегшує процес передачі і сприйняття повідомлень.

1. Балла М. І. Новий англо-український словник. Київ : Чумацький Шлях, 2004. 668 с.
2. Tat M. J., Azuma T. Remembering txt but not text: The effect of context and lexicality on memory for text message abbreviations. *Applied Psycholinguistics*. 2015. Vol. 37. Is. 2. P. 435–459.
3. Онлайн бібліотека. URL : <http://book.net/index.php?p=achapter&bid=17362&chapter=1>

ЛЕКСИЧНІ ТА ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ НЕОЛОГІЗМІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Петренко А. О.

(Сумський державний університет)

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

Мова як відкрита та динамічна система є фіксатором трансформацій, що відбуваються у всіх сферах життєдіяльності індивідів. Тому зміни в соціальному середовищі увінчуються екстеріоризацією нових віх дискурсів. Одним із таких актуальних феноменів когнітивно-комунікативної діяльності людини, що логічно сформувався під впливом поступу подій 2019–2021 рр. став дискурс COVID-19, утворений внаслідок відповідної комунікації у сфері епідеміології, політики, економіки тощо.

Світова пандемія коронавірусу, яка почалася у 2019 р., стала фактором, який спровокував активне творення цілого масиву неологізмів в англійській мові. Лексикографи «Oxford Languages»

проаналізували понад 11 мільярдів слів, у результаті чого було створено список слів, пов'язаних із коронавірусом. У їхній доповіді 2020-й рік названо безпрецедентним за темпом приросту нових слів [3].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що на сучасному етапі лінгвістичних студій спостерігаємо значний інтерес до більш уважного і детального вивчення лексичних та фразеологічних інновацій неологізмів через швидке зростання їхньої кількості. Це дає можливість окреслити тенденції у словотвірній системі конкретної мови загалом і англійської зокрема.

Мета пропонованої наукової розвідки – визначити і описати лексичні та фразеологічні інновації новотворів на позначення явищ COVID-19 у текстах англійського епідеміологічного дискурсу.

Зокрема, якщо термін «коронавірус» виник ще у 1960-ті рр. і досить давно використовувався у наукових та медичних колах, то найменування *COVID-19* (або *CV*, *C-19*) є новим словом, яке виникло у 2020 р. Вперше його було зареєстровано 11 лютого 2020 р. у доповіді Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ). *COVID-19* – це абрєвіатура від *coronavirus disease 2019*.

У повсякденному вжитку майже одразу почав використовуватися скорочений варіант назви захворювання *corona*, а також виникли похідні від нього неологічні висловлювання, наприклад: *be / get coroned* – «підхопити коронавірус» або *coronic* – «заражений», «переносник вірусу». Використовуються й неологізми, утворені від назви вірусу, які містять у своєму складі префікси: *post-covid*, *pre-coronavirus*, *post-coronavirus* [2].

Крім власне слів *pandemic* та *coronavirus* в англійській стали активно використовуватися словосполучення *social distancing* і *to socially distance*, а також *self-isolation* і *to self-isolate*.

У зв'язку з масовими скороченнями та переведенням людей на віддалену роботу часто став використовуватись термін *key worker*, яке позначає працівника спеціальності, віднесеної до розряду життєво важливих для функціонування суспільства: лікарі, співробітники комунальних служб, працівники магазинів, водії громадського транспорту, двірники та ін. Також актуалізувалося слово *furlough*, яке означає примусову неоплачувану відпустку, коли співробітника не звільняють, але відправляють додому без утримання на невизначений термін, доки не відновиться робота.

Пандемія привнесла зміни у всі сфери життя, що особливо пов'язано з карантинними обмеженнями у більшості країн світу. У зв'язку з цим в англійській мові виникло кілька термінів, що позначають такі обмеження, наприклад: *lockdown*. Ця лексема не є новою, однак з пандемією коронавірусу набула нового значення. Відповідно до словника «Cambridge Dictionary», слово *lockdown* має значення: «(1) an emergency situation in which people are not allowed to freely enter, leave, or move around in a building or area because of danger; 2) a period of time in which people are not allowed to leave their homes or travel freely, because of a dangerous disease» [2]. Оскільки слово *lockdown* з початком пандемії коронавірусу почало використовуватися надзвичайно часто, його навіть назвали словом 2020 року.

Окрім того, можна говорити й про низку оказіональних утворень, які виникли зовсім недавно та ще не утвердилися у ролі неологічних утворень, однак вже функціонують у різних сферах використання мови, передусім – у розмовному мовленні та мові ЗМІ. Прикладами такої лексики, пов'язаної з пандемією COVID-19, є наступні неологізми: *coronacation* – *corona(virus) + vacation*; *coronials* – *corona(virus) + millenials* – «короніали» [3] (найменування, яке вже дали гіпотетичному поколінню дітей, народжених під час пандемії COVID-19); *quaranteens* – «карантінейджери» (діти, чий підлітковий вік припав на період пандемії коронавірусу) та ін.

Неможливість зустрічатися із друзями, проводити вечірки й свята призвели до виникнення таких термінів, як *minimonies* (*mini ceremonies*) [3], який позначає невеликі вечірки на честь весілля для пар, які змушені відмовитися від звичного весілля через карантинні обмеження під час пандемії. Значні зміни відбулися й у режимі роботи та навчання. З'явилося поняття *distant learning*, а додаток для проведення відеоконференцій «Zoom» став популярною платформою для онлайн-навчання.

Отже, неологізми є детермінантами мовної еволюції та відображенням актуальних культурних та суспільно-політичних тенденцій. Основна проблематика новотворів пов'язана з амбівалентністю більшості їхніх лексичних особливостей, зокрема з власне визначенням поняття неологізму, їхньою класифікацією та виокремленням основних функцій.

1. Лотоцька О. Особливості перекладу мовних реалій як одиниць безеквівалентної лексики (на основі англомовних прозових творів О. Генрі). / О. Лотоцька. – К. : Мандрівець, 2012. – № 3.– С. 72–74.
2. Cambridge Dictionary. – Режим доступу: URL: <https://dictionary.cambridge.org/>.
3. Oxford Languages. – Режим доступу: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2020/>.

ЛІНГВІСТИЧНІ ПРОЯВИ ХЕЙТИНГУ В АНГЛОМОВНИХ СОЦМЕРЕЖАХ

Пигуль Д. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Прокопенко А. В.

У зв'язку з глобалізацією та прискореними темпами розвитку технологій спілкування все більше переходить у віртуальне середовище. Дискурс віртуальної комунікації реалізується, передусім, у соціальних мережах. Серед форматів спілкування виокремлюється й такий напрямок агресивної, провокативної комунікації, який включає у себе явища тролінгу, кібербулінгу та хейтингу. Попри те, що у сучасному світі ці явища набувають масового поширення, з лінгвістичної точки зору тролінг та хейтинг все ще залишаються майже не вивченими. Це обумовлює актуальність дослідження лінгвістичних проявів хейтингу в англомовних соціальних мережах.

Хейтинг (від англ. *hate* – «ненавидіти») – це різновид девіантної комунікації в Інтернет-просторі, під час якої користувачі в агресивній, саркастичній формі із ненавистю та злістю обговорюють певну тему чи постать. Цей комунікативний акт включає у себе глузування, знущання, образи на адресу об'єкту хейтингу.

Хейтинг може проявлятися негативними коментарями чи дизлайками під дописами тієї чи іншої особи або проекту. Від звичайної негативної реакції хейтинг відрізняє необ'єктивність та образливий тон, відтак він не є критикою. Хейтери пишуть образливі коментарі, свідомо провокуючи автора, та намагаються ініціювати сварку.

Значною мірою явище хейтингу пов'язане і з сучасною культурою «кенселінгу» або «культури скасування» (від англ. *cancel*

culture). Це явище полягає у відмові співробітництва з певними визначними людьми чи брендами через їх неетичні дії чи висловлювання [1, с. 21]. Часто хейтинг стає частиною культури «кенселінгу», адже незадоволені користувачі мережі активно обговорюють особу чи бренд, виражаючи свою ненависть та інші негативні емоції. Прикладом хейтингу може слугувати цькування американської акторки Ембер Герд через її судові тяжби з колишнім чоловіком Джонні Депом. Також яскравим прикладом хейтингу є цькування відомої авторки Джоан Роулінг через її феміністичну позицію та критику діяльності трансактивістів.

Комунікативний акт хейтингу передбачає саме підвищену негативну експресивність та емотивність висловлювань. Мовними одиницями, що несуть у собі емоційний зміст, є емотиви. Емотив – це мовна одиниця, у семантичній структурі якої є емоційна частка у вигляді семантичної ознаки, завдяки чому ця одиниця адекватно вживається всіма носіями мови для вираження емоційного відношення чи стану того, хто говорить [2, с. 100].

Вивчаючи мовні засоби втілення хейтингу у спілкуванні користувачів, звернемося передусім до лексичного рівня. Лексика є одним із головних засобів вираження емоцій у віртуальному спілкуванні. Наприклад, широких масштабів набула кампанія хейтингу у соціальних мережах, направлена на акторку Ембер Герд через її судові тяжби з колишнім чоловіком – популярним актором Джонні Депом. Безліч людей були обурені звинуваченнями на адресу актора у домашньому насильстві, які висунула Е. Герд та виступили на захист її колишнього чоловіка, спрямувавши на саму Е. Герд хейтингові атаки. Майже всі коментарі, які залишають «хейтери» під новинами, присвяченими висвітленню судових процесів двох акторів, містять лексику зниженого стилістичного реєстру – пейоративну, лайливу лексику. На адресу акторки звучать такі висловлювання, як *so full of crap, tripped and hit her face*. У цих виразах використовуються емоційно-підсилювальні та емоційно-оцінні іменники (*crap*), дієслова (*tripped and hit*), які виражають максимальне невдоволення коментуючого та його прагнення якомога сильніше образити людину, про яку він / вона говорить.

Ще одним прикладом використання дієслів як засобу вираження хейтингу може слугувати наступний вираз: “... *go home girl, and leave this guy alone.*” У цьому висловлюванні використовуються такі дієслівні вирази, як *go home* та *leave alone*, які є директивними

вказівками об'єкту хейтингу, знецінюючими його. Крім того, іменник *girl*, як форма звертання до публічної відомої, але незнайомої коментатору особи також створює ефект знецінення, адже виражає фамільярне ставлення до незнайомої дорослої жінки.

Окрім лексичних засобів «хейтери» активно вдаються і до використання різноманітних стилістичних засобів вираження негативних емоцій та негативного ставлення до об'єкту хейтингу. Критикуючи ту чи іншу особу, «хейтери» часто вдаються до використання засобів гумору, таких як іронія та сарказм [1, с. 30]. Одним із стилістичних прийомів, які можуть використовуватися у хейтингових коментарях, є також антитеза. Окрім того, у дискурсу хейтингу в англійських соціальних мережах можуть використовуватися фразеологічні висловлювання, які допомагають «хейтерам» лаконічно та влучно виражати своє ставлення до об'єкту «хейту», наприклад: *"Silence is golden...take a que from Johnny and shut it...whatever happened to ppl keeping their private life quiet?"* У цьому випадку використовується фразеологічний зворот *silence is golden*. Фразеологізм використаний з метою вказати на те, що об'єкту хейтингу (акторці Ембер Герд) краще мовчати, аніж висувати «брехливі» звинувачення.

Використання графічних засобів притаманне дискурсу соціальних мереж, воно є невід'ємним елементом прояву емоцій у віртуальному просторі. Прикладом може слугувати графічне виділення деяких слів. Часто важливі елементи повідомлення виділяються при написанні великими літерами, що фокусує увагу читача саме на цих словах [3, с. 15]. Усі ці засоби забезпечують наближеність мовлення «хейтерів» у соціальних мережах до розмовного.

На лексичному рівні «хейтери» використовують переважно емоційно-оцінну лексику з негативним оцінним потенціалом, яка знецінює особу, на адресу якої реалізується акт хейтингу. Окрім того, у хейтингових висловлюваннях часто використовується пейоративна лексика. Для вираження хейтингу у дискурсі англійських соціальних мереж використовуються також і стилістичні засоби англійської мови.

Комунікативні особливості хейтингу в дискурсі англійських соціальних мереж характеризуються використанням зниженого регістру мовлення, потужної емоційної та експресивної забарвленості висловлювань, використання скорочень та аббревіатур, графічних

засобів виділення тексту, вигуків та емоджі як способу передачі емоцій мовцем.

1. Іванишин Н. Л. Концепт hate speech у медіа дискурсі: Львівський філологічний часопис: Зб. наук. пр. Львів. 2020. №7. С. 30–35.
2. Киселюк Н. П. Вплив емоційності на екологію комунікації (на матеріалі сучасного англомовного дискурсу). Наукові записки. Серія філологічна. Острог: Видавництво НаУ «Острозька академія». Вип. 64, Ч. I. 2017. С. 163.
3. Савончак В. Я. «Мова ворожнечі у ЗМІ: до дискусії про поняття». Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. 2012. С. 90.

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Ревенко А. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Чепелюк А. Д.

Підвищений інтерес до проблеми неології обумовлений важливою роллю неологізмів як дзеркала мовного розвитку, що відображає пристосування мови до змінних під впливом зовнішніх факторів умов її функціонування. Важливою особливістю мови ЗМІ є активне використання неологізмів, які надають тексту жвавість, яскравість, оригінальність, незвичність. Розкутість мови є відмінною рисою нашого часу, і саме зараз ще більше зріс інтерес лінгвістів до проблеми виникнення та вживання нових слів. Процес поповнення мови новими словами, що відображають соціально-економічні та політичні зміни в суспільстві, відбуваються постійно.

Найбільш інтенсивно зміни відбуваються на лексичному рівні, тому що саме лексика є найбільш рухомою підсистемою, безпосередньо реагує на зміни мовного оточення. Аналіз неологізмів тієї чи іншої мови може доповнити комплексну характеристику актуальної ситуації у світі, зробити внесок у дослідження особливостей певної сфери життєдіяльності носіїв мови у сучасний період.

У наш час основні поняття неології не мають чіткого визначення. У сучасних роботах у галузі неології використовується кілька синонімічних термінів для позначення нових лексичних одиниць: інновації, лексичні інновації, лексичні нововведення, новоутворення, неологізми, неонімації, нові номінації, нові слова, okazionalні слова, okazionalізм, також потенційні слова. Новизну та незвичайність такого слова, поєднання слів або мовного звороту достатньою мірою відчують носії цієї мови. Цей термін застосовується в історії мови, щоб описати поповнення словникового складу у конкретні історичні періоди.

Щороку у розвинених мовах утворюються десятки тисяч нових слів. Більшість із них існує нетривалий час, але деякі залишаються у мові надовго. Вони проникають не тільки у повсякденне спілкування, а й стають найважливішою частиною словесності. Отже, неологія – наука, яка займається вивченням неологізмів. Слово залишається неологізмом до тих пір, поки люди, які його використовують, відчують у ньому щось нове, або поки нові поняття не стануть звичними, після чого вони міцно закріплюються у словниковому складі та вже перестають сприйматися як нові. Неможливо точно визначити, скільки часу має пройти, перш ніж слово перестане вважатися неологізмом, оскільки кожен період у розвитку мови породжує велику кількість нових слів, або нових значень існуючих слів. Багато з них були утворені для вживання в якійсь конкретній сфері, тому й існують вони недовго. Однак, сила друкованого слова така, що часто таке слово, створене для певної ситуації, може стати частиною словникового складу мови, незалежно від якості цього слова.

За основу типології неологізмів взято такі основні способи поділу:

- за формою слова (лексичні, семантичні);
- за способом номінації (новоутворені слова, що увійшли до літературної мови (готові одиниці);
- за ступенем новизни (сильні або абсолютні неологізми, функціональні чи відносні неологізми);
- по відношенню до мови (узуальні, незуальні неологізми)

Отже, аналіз використання неологізмів у сучасній публіцистиці показує, що нові слова виконують кілька функцій: номінативну функцію як основну функцію виконує більшість неологізмів, що служать для позначення нових понять, функцію привернення уваги

адресата, функцію економії лексичних засобів у публіцистичному тексті, евфемістичну функцію. Нові реалії позначаються старими словами: значна кількість лексем-комполітів періоду пандемії у німецькій мові є результатом словоскладання. В основі неологізації лежать процеси запозичення та калькування, що призводить, у тому числі, до змішаного калькування та утворення слів-гібридів.

1. Білоус О. М. Неологізми: способи утворення та перекладу (на матеріалі концепту «Вибори» німецькою мовою. Вісник СумДУ Білоус О. М. Неологізми: способи утворення та перекладу (на. 2006. №11. С. 136– 142.
2. Білоус О. М., Міщенко А. Л. Неологізми німецької мови: сучасний стан та шляхи проникнення: навчальний посібник для студентів перекладацьких відділень. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2007. 112 с.
3. Гордієнко Н. М. Особливості виникнення лексичних інновацій. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 3(2). С. 45-46.

LINGUISTIC FEATURES OF DEBATE IN THE WORLD SCHOOL DEBATE FORMAT

Smolianinova V.

(Sumy State University)

Academic supervisor – candidate of philological sciences, associate professor Yemelianova O. V.

Debate plays a significant role in modern world where it is necessary to be able to participate in discussion with the ability to support your point of view with complex line of argumentation, analyze the arguments of the opposition, answer given questions and formulate your own. On a par with high-level political debates, such as parliamentary ones, school debates are their smaller copies, which are held in educational institutions in order to develop the communication skills of students.

As a type of public discourse, debate are an exoteric discourse (that aims to persuade a third party to take the side of the speaker), which is delivered orally and contains various verbal and non-verbal means of communication [1, с. 186]. Among the features of debate, taking as an example the World School Debate format, there are both those that are

characteristic of the debate genre in general, and those that are due to the peculiarities of the format.

One of the main debate terms is limited speaking time, which directly influences the process of choosing the argumentation strategy or expressive means. For example, when speakers tend to use the classical structure of argumentation, which begins with the main conclusion, proceeds with the logical sequence of arguments and examples, and ends with the repetition of the main idea of thesis, given in the beginning, this approach adds clarity and consistency to speech.

The positions of the opponents also influence the choice of arguments. While due to the primacy of speech the Proposition party tends to use direct arguments, making its position clear, the Opposition party because of its “answering” nature, usually uses indirect arguments. Presenting its analysis of the Proposition’s points and recognizing its strengths, Opposition party tries to convince the audience in its desire for cooperation, this way preparing the ground for its own argumentation, built on the different interpretation or complete refutation of the Proposition’s thesis.

The lexical component of the debate usually depends on the area that the debate covers; the topic of debate directly influences the choice of terminology [2, c. 82]. Due to the publicistic nature of the debate and the exoteric and understandable problem, chosen vocabulary is rather simple and limited, and most of the terms featured in discussion are introduced by the first speaker and then constantly repeated by others. Speech is also characterized by widespread use of clichés such as “*the key issue here is*”, “*on our side of the house*”, “*we are so incredibly proud to propose*”, “*now for my judges already I’ll begin with the first opposition speech*”, “*thus do not allow our opponents to uphold a side of the house*”, etc.

One of the specific feature of this debate format is the reduced level of speech formality, especially in terms of addressing. Social parameters of speakers can reflect on the speech behavior intentionally (when the speaker consciously denotes addressee as possessing a certain social status) or unintentionally (when speaker’s social status, role, group, belonging, etc. are “modulated” in speech) [3, p. 211]. Due to the fact, that participants are students, which are young and do not have a high social status, there are no polite forms of address such as “Mister” or “Miss”. This, together with the general standards of spoken language, is also the reason for appearing of the shortened forms such as “*we’re*”, “*I’ll*”, etc. In addition, the discussion is characterized by a rather high level of emotionality of speech, which is

manifested in the use of various stylistically marked stable lexical means or just more expressive nature of connotation, for example “*we're looking to the real world, you guys are looking to hot air*”, “*to make opposition seem like the bad guy*” etc.

The study of the features of different formats of debate contributes to the process of teaching students the methods of debating and further preparation for participation in higher-level debates.

1. Богатирьова Є. В. Політичні дебати як тип аргументативного політичного дискурсу. *Лінгвістичні студії*. Вип. 21. 2010. С. 183–187.
2. Дідух О. О. Лінгвістичні особливості англомовних дебатів. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки*. Вип. 111. 2013. С. 80–85.
3. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми : СумДУ. 2011. 282 с.

НЕПОРОЗУМІННЯ ЯК ТИП ІНТЕРПРЕТАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ РОДИННОМУ ДИСКУРСІ

Тарасенко К.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

(Сумський державний університет)

канд. філол. наук Улугбек Джаббаров

(Ташкентський державний педагогічний університет,

м. Ташкент, Узбекистан)

Непорозуміння являє собою комунікативно-когнітивний акт, який виникає при спілкуванні між двома або більше комунікантами і властиве більшою мірою слухачеві. Термін непорозуміння використовується для позначення тих комунікаційних труднощів, які відкрито виявляють комуніканти під час розмови. Комунікативна ситуація непорозуміння втілюється через конфліктний діалог, який керується стратегіями конфліктування або примирення залежно від кінцевої мети адресанта [1].

Інтерпретація є видом когнітивної діяльності, яка спрямована на передачу сенсу повідомлення адресату. Непорозуміння виникає, коли адресант і адресат інтерпретують повідомлення по різному, але в

цьому випадку робляться спроби усунути проблему [2, с. 40]. Непорозуміння в англomовному родинному дискурсі зумовлене відмінностями в мовній компетенції комунікації. Виокремлюють такі причини:

1) неправильність сприйняття форми вираження:

(1) MOTHER: "And you live here, too?"

DAUGHTER: "Well, sort of, Mom."

MOTHER: "What does that mean?"

DAUGHTER: "Well, from time to time I stay with old folks" (E. Garfield, p. 172).

В поданому прикладі викликало непорозуміння вираз *sort of* із-за його неоднозначності.

2) неправильне розуміння лінгвістичних засобів через застосування вульгаризмів, сленгу, професіоналізмів:

(2) DAUGHTER: "Mom, I haven't been feeling right in school lately. I feel like if I can't get out of my chair I'm going to tweak out."

MOTHER: "I don't understand, Candice. What do you mean you're 'going to tweak out'?"

DAUGHTER: "Mom, something just comes over me when I'm in class. I start to get hot and nervous" (C. Doucette, p. 78).

Поданий приклад показує непорозуміння в діалозі між донькою та матір'ю через вживання сленгу. Мати не зрозуміла вираз *going to tweak out*, бо його вжито як сленг в цьому випадку.

3) використання фразеології, семантики та ідіоматики:

(3) MOTHER: "We haven't decided yet what we're going to do with you."

SON: "What do you mean do with me? Are you mad at me, Mom?"

MOTHER: "I'm so furious with you right now" (C. Adams, p. 132).

В наведеному прикладі використано фразове дієслово *do with*, що призвело до не повного розуміння між комунікантами.

Непорозуміння, що спричинені об'єктивними факторами, пов'язані з різною проінформованістю комунікантів. Розуміння повідомлення викликає процес очікування та формування гіпотез відносно розвитку подальшої комунікації. Непорозуміння та неповне чи неправильне розкриття сенсу діалогу в англomовному родинному дискурсі виникає через:

1) відсутність розуміння ситуації, викликане через неповне розуміння певної ситуації чи об'єкта обговорення адресатом. Таким чином адресату необхідно задати додаткове запитання для отримання повної інформації:

(4) SON: "I keep thinking of Sadie."

MOTHER: "Sadie?"

SON: "Her dog, Mum. Catch up."

MOTHER: "I'm sorry. For no good reason, I thought of the dog as male" (J. Davey, p. 110).

В поданому прикладі мати дублює сказане сина, для того, щоб отримати більше інформації та повністю зрозуміти про що йде мова.

2) недостатня проінформованість та запас знань комуніканта:

(5) SON: "Dad, why do I shake and scare people?"

FATHER: "You scare people because you're different."

SON: "I know."

FATHER: "They don't understand. You don't talk like other people. You shake. You have cerebral palsy."

SON: "What's that?"

FATHER: "You were born that way. The brain gives wrong direction to the muscles. People don't understand so they get scared. They don't understand" (Lesson Guide for Captioned Films, XX: A Training and Utilization Guide, p. 881).

Наведений приклад відображає непорозуміння через недостатню проінформованість сина стосовно свого захворювання. Таким чином, син хоче дізнатися в батька більше інформації щодо того, чому його бояться люди. Батько намагається донести сину про його захворюваність, а син, свою чергу, запитує (*what's that?*), що ж означає назва хвороби.

Отже, основними причинами непорозуміння у англомовному родинному дискурсі є неправильність сприйняття інформації; невірна інтерпретація лінгвістичних засобів; використання фразеології, ідіоматики та семантики. Також воно виникає через різну проінформованість учасників комунікації або ж через недостатній запас знань одного із комунікантів. Тому можемо зробити висновки, що підбір мовних форм залежить від особистісних характеристик, емоційного стану та настрою комунікантів.

1. Бровкіна О. В. Стратегії англомовного родинного дискурсу в ситуаціях відвертого спілкування, утішання, непорозуміння : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.04. «Германські мови». Харків, 2015. 20 с.

2. Olsina, Eva Codó. Managing Understanding in Intercultural Talk : An Empirical Approach to Miscommunication. *Atlantis XXIV* (2), 2002. 57 p.

ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ МЕДИЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Чуб Я. О.

*(Науковий ліцей «Політ» при Кременчуцькому педагогічному коледжі
імені А. С. Макаренка)*

Верещака В. В.

(Кременчуцький педагогічний коледж імені А. С. Макаренка)

Сучасна медицина, як галузь наукової та практичної діяльності, що постійно розвивається, відкриває нові можливості у лікуванні чому сприяє інноваційний розвиток біотехнологій. Словотворення медичної термінології та її переклад є досить важливим та актуальним питанням сучасних досліджень. За останні роки велику увагу у наукових розвідках приділяється уніфікації медичної термінології теоретичного та практичного спрямування, що пов'язано зі зростанням її значущості в сучасній мові та інтересу до термінотворення. Сучасні вітчизняні та зарубіжні дослідники Арнольд І. В., Бондаренко Н. Ю., Вінокур В. О., Вольфберг Д. М., Єнікєєва С. М., Зацний Ю. А., Ніколенко А. Г., Fleischer W., Heringer H., Vasconcellos M. значну увагу приділяють проблемі словотвору в загальнолітературній мові тому питання термінотворення залишаються відкритими для досліджень.

Одним із шляхів збагачення розмовної лексики є механізм словотвору яка становить понад 80% інновацій [1, с. 13]. Майже вся інформація із словотвору дозволяє перекладачам чи іншим спеціалістам більш ефективно володіти спеціалізованою термінологією та давати можливість передбачати значення інших термінів. Снітовська О. Й. досліджуючи лексичні та структурні характеристики медичної термінології прослідковує загальну тенденцію сучасної лінгвістики до комплексного вивчення мовних явищ нових лексичних одиниць у соціолінгвістичному аспекті загалом, і медичної термінології зокрема, а також наголошує на потребі мовознавства у розробці й впровадженні інтегративного напрямку дослідження медичних термінів в цілому [2, с. 142]. Для розвитку сучасної медичної лексики використовуються зовнішні та внутрішні ресурси. Зовнішні ресурси становлять запозичення з інших мов (грецької і латинської, французької, німецької, італійської, іспанської тощо). Внутрішні ресурси розвитку медичної лексики становлять суфіксація, префіксація, конверсія, скорочення та аббревіація, телескопія, неологізми. Розглянемо більш детально

найбільш продуктивний спосіб утворення медичних термінів – словотвір. Отримані медичні терміни можуть складатися з префікса, одного або двох коренів слова і суфікса в різних комбінаціях.

Основна функція префікса – словотвірна, зокрема префікс а- запозичений з грецької мови, має значення протилежності, вживається рідко, переважно у складі запозичених слів (atypical, anaemia). Префікс for- та його комбінуючи форма fore- вживаються з дієсловами, дієприкметниками й іменниками (in front of, forearm). Префікс non- та not- вживаються з іменниками та прикметниками, вказуючи на відсутність якості чи заперечуючи та є морфемами частки no (nontender, notmanifest). Префікс in- вживається з прикметниками в значенні «ні», «не» (incavitory), але з іменниками префікси in- та im- вживаються в значенні «відсутність чогось» (immature, inactive). Префікс de- має декілька значень: вниз, геть, зовсім або повністю, заперечення (depress), але у значенні «позбавляти» префікс має однакове значення з префіксом dis- (dissection). Значна група морфем в медичній термінології вживаються як префікси (extra-, extraabdominal; hyper-, hypertension; intra-, intracavitory).

Суфікс при формуванні медичної термінології може нести подвійну роль – граматичну та лексичну, що дає змогу утворювати класи певних частин мов, зокрема назви конкретних іменників:

- er: researcher, sterilizer;
- or: conductor, doctor;
- ant: assistant, consultant;
- ian (ician): physician, pediatrician;
- ist: pharmacologist, ophthalmologist;
- ant: antiserum, pregnant, constant;
- oma: blastoma, fibroma;
- ent: transient, pendent [3].

Такі іменники можна поділити за двома ознаками: той, що вказує на дію та той, що стосується її. Прикладом абстрактних найменувань є:

- age: dosage, storage;
- ance: appearance, assistance;
- ation: respiration, transformation;
- ence: existence, convalescence;
- ing: grafting, staining;
- ion: digestion, contraction;

- ism: nervosism, embolism;
- ness: muteness, blindness [4].

Прикладами суфіксів прикметникового словотвору є:

- able в значенні «здатність»: palpable, movable;
- ful в значенні «наповнений»: painful, pusful [4].

Суфікс -ic вживається в окремих випадках, коли потрібно скоротити слова (colic, pelvic).

Отже, для термінологічної лексики медицини, яка має інтернаціональний характер, важливими є як екстралінгвістичні фактори, що зумовлюють створення нових термінів, так і суто мовні явища, що відображають шляхи термінотворення.

1. Зацний Ю. А., Янков А. В. Нова розмовна лексика і фразеологія: Англо-український словник. Вінниця: Нова Книга. 2010. 224 с.
2. Снітовська О. Й. Відповідність перекладу інструкцій безрецептурних ліків, сертифікованих в Україні, англomовним оригіналам міжнародних фармацевтичних компаній українською мовою. Записки з романо-германської філології. 218. № 2 (41). С. 140-152.
3. Dictionary of Medical Terms. A & C Black London. 2005. p. 481.

ЕМОЦІЙНО-ОЦІННА ЛЕКСИКА В РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

Шинкаренко Д. Ю.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.

Наразі, реклама проникає в усі сфери життя людини, з огляду на те, що абсолютно всі товари та послуги може бути рекламовано з метою їх подальшого продажу. В таких умовах, актуальним є дослідження аспектів функціонування реклами та сутності поняття реклами. Дослідження реклами як форми соціального впливу здійснюється в контексті семіотики, лінгвістики, соціології, психології, антропології та інших гуманітарних дисциплін.

Рекламний текст складається з невербальних компонентів, наприклад різні привабливі зображення, схеми і малюнки, і вербальних компонентів – заголовок, слоган, основний текст. Всі способи впливу на свідомість спрямовані на те, щоб домогтися

нейтралізації дії критичного аналізу інформації цільової аудиторії, привернути їх увагу і спонукати до купівлі рекламованого товару. Таким чином, в арсеналі реклами є безліч способів впливу на свідомість і підсвідомість споживачів, метою яких є підвищення привабливості свого товару, завірення в наявності у нього унікальних властивостей, здатних зробити потенційного покупця щасливішим. Отже, підвищення ефективності реклами, її психологічного впливу є однією з актуальних задач сьогодення.

Перша класифікація так званого сегментарного аналізу рекламного впливу була розроблена Б. Ф. Поршневим, в якій вчений виділив такі рівні: фонологічний; номінативний; семантичний; синтаксично-логічний; контекстуально-смісловий; формально-символічний.

Сугестивність лексики полягає в уявленні про екстенсивність, невизначеність і абстрактність значення слова. Як правило, крім ядра лексичного значення слово володіє і конотативними елементами – емоційними, стилістичними і експресивними відтінками[1, с. 14]. Таким чином адресант може привносити в той чи інший вислів додаткові оцінкові смисли, використовуючи синоніми, що відрізняються лише відтінками значення. Саме тому великим потенціалом впливу володіють багатозначні слова, омоніми, пароніми, які є традиційним ресурсом для створення мовної гри. Водночас нейтральні за своїм значенням слова можуть набувати конотації залежно від сукупності оточуючих лексичних значень.

Оцінковий компонент не завжди виокремлюється зі структури значення одиниці мови і мови. Тому, оцінковість пов'язують з такими категоріями як емоційність, експресивність і модальність. Дані категорії відрізняються взаємопроникненням елементів, тому що оцінки супроводжуються емоціями, а підкреслення сенсу виражається особливою емоційною поведінкою мовця, що пов'язано з використанням експресивних засобів мови. Такі мовні засоби носять назву «емотивно-оцінна лексика». Виходячи з типів ситуацій, в яких емоції виникають, Додонов Б. І. виділяє 10 типів емоцій: альтруїстичні, комунікативні, праксичні, глоричні, гностичні, лякницькі, романтичні, естетичні, гедоністичні, акизитивні. Ця класифікація, таким чином, стосується тільки «цінних» емоцій, тобто тільки тих з них, в яких людина найчастіше відчуває потребу і які надають безпосередню цінність самому процесу його діяльності.

Як приклад особливостей вираження емотивності в рекламних текстах на лексичному рівні, можемо розглянути наступні англомовні рекламні слогани:

1. *Empowering every person and every organization on the planet to achieve more* [3]

Так само, в прикладі спостерігається використання апеляції до позитивних емоцій. Рекламний слоган мотивує досягати більшого. Також, спостерігається використання тропу повторення – *every person and every organization*. Спонукальний ефект досягається за допомогою позитивно забарвлених дієслова та прикметника *to achieve more*.

2. *When you care enough to send the very best* [3]

Приклад демонструє використання прикметника в найвищому ступені порівняння з позитивною конотацією: *the very best*.

3. *The greatest tragedy is indifference* [3]

Приклад демонструє використання прикметника з позитивним забарвленням в найвищому ступені: *the greatest*.

Для прикладу стилістичних засобів реалізації категорії емотивності в рекламних текстах, розберемо такі слогани:

1. *An international symbol of success* [3]

В прикладі було використано метафоричний вираз: *symbol of success*. Також, спостерігається вираження позитивних емоцій за допомогою лексеми з позитивною конотацією *success*, яка є кінцевою метою кожної особи.

2. *The Best or Nothing* [3]

У прикладі було використано найвищий ступінь порівняння прикметника – епітет *The Best*. Також, в прикладі було застосовано протиставлення найкращого найгіршому за допомогою позитивно та негативно забарвлених прикметників, що слугує для формування позитивного сприйняття товару.

3. *The Power of Creativity – Crayola – It Starts Here* [3]

Приклад демонструє використання такого тропу, як метафора *The Power of Creativity*, що утворена за допомогою абстрактних іменників з позитивним забарвленням *creativity i power*.

Отже, матеріалом для дослідження стали слогани англомовної реклами. Аналіз показав, що на лексичному рівні, репрезентація емотивності реалізується засобами використання прикметників, іменників з позитивним забарвленням в найвищому ступені. Також, було виокремлено вираження заперечення засобами множинного заперечення. Було також з'ясовано, що на стилістичному рівні

застосовано такі засоби вираження емотивності, як: епітети, метафори, гіперболи, антитези (протиставлення), повторення.

У висновку зазначимо, що рекламні слогани спрямовано на формування позитивних емоцій адресата реклами, позитивної оцінки товару, що спонукатиме його до здійснення покупки.

1. Льницька Л. Л. Англомовний сугестивний дискурс : автореф. дис. на здобуття наук. звання канд. філол. наук : спеціальність 10.02.04. – „Германські мови”. Харків. 2006. 20 с.
2. Полежай А. Мовні засоби увиразнення рекламних текстів / А. Полежай, Г. В. Чуланова// Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: матеріали VII Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників, м. Суми, 18-19 квітня 2019 р. – Суми: СумДУ, 2019. – С. 52-57
3. Iconic Company Slogans and Taglines. URL: <https://www.activecampaign.com/blog/company-slogans>

Секція 3

«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРИКЛАДНОЇ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ»

ЛІНГВОСИНЕРГЕТИКА: НОВІТНИЙ РАКУРС ФІЛОСОФСЬКОГО ВИСВІТЛЕННЯ МОВИ

Волік А. С.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.

Наука різних періодів розвитку людства як суспільне явище вирішувала різноманітні нагальні економічні, політичні та соціальні проблеми з використанням домінуючих на конкретний час філософських теорій, дослідницьких парадигм і методів. Друга половина ХХ століття ознаменувалася розробленням бельгійським фізиком і філософом І. Пригожиним нової концепції розуміння природи і сутності світу як відкритої нелінійної багатовимірної системи, що здатна до самоорганізації та саморозвитку, який ґрунтується на вивченні термодинамічних систем і відкриття принципів їх розвитку шляхом самоорганізації висунув гіпотезу щодо застосування його теорії нестійкості та самоорганізації для будь-яких системних об'єктів матеріальної та нематеріальної онтології. До того ж задля найменування науки, що вивчала закони самоорганізації складних відкритих фізико-хімічних систем, далеких від стану рівноваги, німецький фізик-теоретик Г. Хакен запропонував термін «синергетика».

Екстраполяція синергетичних ідей на дослідження різноманітних явищ живої та неживої природи уможливила говорити про ізоморфізм складних систем, а також трансдисциплінарність та універсальність зазначеної нової наукової теорії. У процесі становлення синергетика здобула значну кількість прихильників серед науковців. Варто зазначити, що вона є філософією, в якій синтезуються різні науки як фундаментальні, так і прикладні, що сфокусовані на сутнісній єдності живих і неживих об'єктів дійсності. Принципи синергетичного світобачення співвідносяться з філософськими ідеями холізму, якому притаманний як універсальний вимір структурної організації усіх системних об'єктів, так і закономірності еволюції.

Зокрема, О. М. Князева підкреслює, що формування синергетики є радикальною зміною парадигми, концептуальний перехід від буття до становлення, від стабільності до нестійкості, від порядку до хаосу з породженням нових упорядкованих структур, що розвиваються, від еволюції до коеволюції, взаємодії еволюції різних складних систем [3].

Мова – відкрита, динамічна, ієрархічна, нелінійна, складна система, що перебуває у постійному розвитку. Варто зазначити, що лінгвістика, яка займається вивченням мови задля всебічного розгляду усіх її феноменів потребує кооперації з іншими науками задля всебічного розгляду усіх її феноменів. Звідси, виникають такі метанауки, як: когнітивна лінгвістика, психолінгвістика, прагмалінгвістика, комунікативна лінгвістика тощо. До того ж науки запозичують одна в одній методи, поняттєвий інструментарій. Зокрема, приміром, лінгвістика як гуманітарна наука у кооперації із синергетикою як міждисциплінарним напрямком досліджень, сприяла появі нового дослідницького напрямку – лінгвосинергетиці [1, с. 40].

Учені підкреслюють, що основною метою синергетики є виявлення універсальних закономірностей поведінки складних динамічних систем та переосмислення невідхильності процесів розвитку та з'ясування системного характеру хаосу [2]. До того ж такі науковці як І. Р. Пригожин та І. Стенгерс виокремлюють базові постулати хаосу: хаос виникає тоді, коли за посилення коливань система досягає межі стійкості та переходить у сферу сильних флуктуацій; у стані нерівноважності виникають точки біфуркації, що уможливають рух у різних напрямках, утім, вибір напрямку залишається справою випадковості; континуум коливань та біфуркацій задає системі різних ритмів чи режимів роботи, звідси система перебуває одночасно у всіх можливих станах; безперервне виникнення низки точок біфуркацій (каскаду біфуркацій) вибудовує послідовність в еволюції системи та переводить її із стану, де «все вирішує випадковість», до детермінованої поведінки, до того ж через зміну режимів хаосу система стає упорядкованою [5, с. 140]. Відомий вчений Е. Ласло зазначає, що у синергетиці хаосу притаманна власна структура та складна і непередбачувана форма порядку [4, с. 58]. Зокрема, таке розуміння хаосу синергетикою уможливорює вивчення таких сфер реальності, що раніше залишалися недоступними науковому пізнанню [5, с. 156].

Отже, феномен лінгвосинергетики як нового наукового напрямку полягає не в запереченні законів традиційної мовознавчої науки, а в доповненні чи розвитку останніх, що сприяє розгляду досліджуваних об'єктів мови під новим філософським кутом зору.

1. Аршинов В. И., Свирский Я. И. Синергетическое движение в языке. Самоорганизация и наука: опыт философского осмысления. 2004. С. 33-48.
2. Гураль С. К. Синергетика и лингвосинергетика. Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. №302. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sinergetika-i-lingvosinergetika> (дата звернення: 30.10.2022).
3. Князева Е. Н. Синергетика: Нелинейность времени и ландшафты коэволюции. М.: КомКнига, 2011. С. 272.
4. Ласло Э. Век бифуркации. Постижение изменяющегося мира. Будапешт: Путь, 2005. 129 с.
5. Пригожин И., Стенгерс И. Время. Хаос. Квант. К решению парадокса времени. М.: Едиториал УРСС. 2003. 240 с.

ЕПАТАЖ ЯК ФЕНОМЕН ЛІНГВІСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ

Заремба А. Д.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Єгорова О. І.

Сучасне суспільство характеризується високим ступенем інформаційності, тож у вирії сьогодення, перенасиченого різноманітною інформацією, проявити індивідуальність, будь-то власну чи якогось предмета, буває доволі важко. За таких умов популярним особам, політичним діячам, рекламістам та піарщикам доводиться шукати такі засоби та стратегії привернення уваги, які б створювали довгостроковий ефект запам'ятовування та популяризації. Саме тому застосування епатажу для привернення уваги є надзвичайно ефективним з огляду на те, що ефект враження досягається засобами поєднання новизни та скандальності та викликає активні спірні дискусії навколо об'єктів та прагматики епатажу.

Феномен епатажу виник в європейській культурі ще в античну епоху, де розглядався як суто індивідуальний акт поведінки. Спершу поняття епатажу поширилося в культурі, мистецтві, рекламі, а згодом

в царинах бізнесу та політики. Епатаж може бути визначений як скандальна витівка, поведінка, що навмисно порушує загальноприйняті норми й правила, а синонімами до цього слова є *ескапада* та *екстравагантна витівка*. Поняття епатажу вбудовується в синонімічний ряд слів *скандалізувати, шокувати*, і в її лексичному значенні з'являється характеристика «вражати оточуючих».

Для виявлення понятійних характеристик феномену «епатаж» звертаємося до методики дефініційного аналізу. Оскільки авторитетні англійські лексикографічні джерела *Merriam Webster Dictionary, Oxford Dictionary та Cambridge Dictionary* не фіксують еквівалентного іменника «епатаж» в свої реєстрах, для опису понятійного зрізу концепту було взято найближчу за значенням лексему – *épater le bourgeois*.

Аналіз за методикою, запропонованою вітчизняними дослідницями О. І. Єгоровою та іншими [1], дозволяє детермінувати системні вербалізатори відповідного концепту *épater le bourgeois*, а також описати номінативне поле концепту у його понятійному зрізі, що представлено у Таблиці 1.

Таблиця 1

Компонентний аналіз семантики базових вербалізаторів концепту *épater le bourgeois* за матеріалами дефініційних текстів

Лексикографічне джерело	Дефініція	Семантичні множники
Merriam Webster Dictionary	<u>to shock¹ the middle classes², exceeding the limits of what is usual³, going beyond⁴ all standards⁵ of what is right⁶ or decent⁷, scandalous⁸</u>	to shock, middle classes, exceeding the limits of what is usual = going beyond all standards, scandalous, unusual, not right, not decent, not standard
Oxford Dictionary	<u>very unusual¹ behavior², intended to shock³ people⁴ slightly⁵, scandalous⁶ behavior, to feel dislike⁷ or disgust⁸ for</u>	very unusual, to shock, scandalous, people, behavior, to loathe, slightly

Cambridge Dictionary	<u>to shock</u> ¹ , <u>rude</u> ² and <u>morally unacceptable</u> ³ , <u>behavior</u> , <u>offensive</u> ⁴ , <u>violent</u> ⁵ , <u>unusual</u> ⁶ , <u>to cling</u> ⁷ , <u>trick</u> ⁸	to shock, rude, behavior, unacceptable, offensive, violent, unusual, to cling, trick
----------------------	---	--

Шляхом суцільної вибірки зі словників було складено список семантичних множників (алонімів), що експлікують лексему *épater le bourgeois*. Результати семантичної дистрибуції даної лексеми за дефініціями лексикографічних джерел представлені в Таблиці 2.

Таблиця 2

Семантичні сходження лексеми понятійного корпусу *épater le bourgeois*

Семантичні множники	Merriam Webster Dictionary	Oxford Dictionary	Cambridge Dictionary	Кількість
to shock	+	+	+	3
middle classes, people	+	+		2
scandalous	+	+	+	3
unusual, not standard	+	+	+	3
not right, not decent	+	+	+	3
trick			+	1
unacceptable	+	+	+	3
behavior		+	+	2
offensive			+	1
rude			+	1
violent			+	1

Представлені частотні дані дають змогу уточнити ядерні та периферійні конститuentи семантичного наповнення лексеми *épater le bourgeois*. До ядра номінативного поля ключового вербалізатора концепту належить одиниця *scandalous*, що зустрічається у всіх трьох аналізованих джерелах і актуалізує базову концептуальну ознаку «скандальний». На ближній периферії модельованого поля розташовуються денотати *unusual*, *behavior*, *to shock*, *unacceptable*,

offensive, violent, що концептуалізують епатаж як «незвичну», «шокуючу» та «нестандартну» поведінку. До дальньої периферії поля відносимо лексеми *rude, impressive, trick, to loathe, to cling* що деталізують функціональну сферу буття поняття, його зв'язок із суспільством.

1. Yehorova O., Prokopenko A., Popova O. The concept of European integration in the EU-Ukraine perspective: notional and interpretative aspects of language. On-line Journal Modelling the New Europe. № 29. 2019. P. 53–77. Режим доступу: http://neweurope.centre.ubbcluj.ro/wp-content/uploads/2019/04/3article_YEHOROVA_PROKOPENKO_POPOV_A.pdf

БАЗОВІ КОНЦЕПТИ ОСВІТНЬОГО ДИСКУРСУ ПРИ ВИВЧЕННІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Ищенко Ю. Ю.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

(Сумський державний університет)

канд. філол. наук Ділдор Отаджонова

*(Чирчицький державний педагогічний університет,
м. Чирчик, Узбекистан)*

Дискурс – це вербально артикулована форма об'єктивації змісту людської свідомості, яка регулюється типом раціональності, що домінує в тій чи іншій соціокультурній традиції. Лінгвісти розглядають дискурс як явище, досліджуване в режимі поточного часу, тобто в міру його появи та розвитку.

З цього випливає, що вживання даного терміну в минулому неможливе, на відміну від поняття тексту. Наприклад, у німецьких словниках друге поняття відзначається здавна, тоді як термін «*Diskurs*» отримує своє широке вживання лише 16 – 17 століттях.

Поняття «дискурс» перш за все почало використовуватися саме в лінгвістиці. Е. Бенвеніст був одним з тих, хто словом «*discourse*», яке у французькій лінгвістичній традиції означало мову *взагалі*, текст; позначив «мову, що присвоюється мовцем» [1], мову *індивідуальну*.

Розширення сфери вживання поняття «дискурс» призвело до того, що воно проникло і в теорію навчання іноземних мов. Це сталося в середині 70-х років ХХ століття, коли термін «дискурс» з'явився у низці статей, присвячених проблемам вивчення іноземних мов.

Мета нашої роботи – ознайомлення з базовими концептами дискурсивної лінгвістики, визначення місця дискурсу в сучасній методології викладання мов. Головне *завдання* – розглянути дискурсивні особливості німецької мови, виявити основні концепти освітнього дискурсу у підручниках німецької мови для іноземців.

На думку дослідників, запозичення з лінгвістики терміна «дискурс», а потім і застосування дискурсивного аналізу в теорії та практиці викладання іноземних мов мають важливе значення. Дискурсивний аналіз дає можливість фахівцю, що зіткнувся з незнайомими комунікативними ситуаціями, набутти необхідних професійних умінь для перенесення дискурсивної компетенції з одного простору до іншого.

З цього випливає, що запровадження поняття «дискурс» у теорію навчання іноземних мов не був випадковим використанням лінгвістичного терміна. Навпаки, це поняття, як здається, є дуже важливим і теорії, і практиці викладання, оскільки мова, «занурена в життя» [3] – це і є дискурс.

Як стверджує М. Даро, дискурсивний аналіз дозволяє організувати навчання мовам, виходячи з рекурентних лексичних та граматичних елементів, що входять до різноманітних поєднань, які надають особливого забарвлення мовотворству у певних сферах [4]. Крім цього, дискурсивний аналіз дозволяє доцільніше розподілити в курсі іноземної мови дискурсивні структури, характерні для певної сфери спілкування, оскільки він допомагає вибрати та класифікувати потрібні тексти, та сприяє кращому розподілу курсу іноземної мови у часі.

Німецька мова включає систему функціональних стилів: «літературна мова (*Hochdeutsch*), що зближується з літературною нормою повсякденно-розмовна мова (*Umgangssprache*), регіональні (територіально забарвлені) повсякденно-розмовні мови (берлінська, північнонімецька, верхньо-саксонська, баварська, пфальцька, гесенська), численні напівдіалекти (виниклі на базі діалектів регіональні розмовні наддіалектні форми мови, що відрізняються від власне діалектів усуненням найбільш специфічних діалектних ознак) і власне територіальні діалекти.

Розглянемо приклад, який чітко відбиває відмінності вимови чи вживання однієї й тієї фрази у різних діалектах. Так, наприклад, для баварського мовного ареалу пропозиція літературної мови: *Ich habe es gefunden* «Я це знайшов» у літературній повсякденно-розмовній мові звучить як: *Ich hab's gfund'n*, у регіональній повсякденно-розмовній – як: *gfund'n*, у напівдіалекті – *I hoob's gfund'n*, у діалекті – *I hoos gfunä*. Як видно з даного прикладу, німецька мова має безліч видів та стилів.

Одна й та сама фраза, яка несе однаковий сенс, має кілька варіантів вживання, які за певної мовної ситуації та ареалу є вірними. Дієслово *finden* «знаходити» у даному випадку використовується у формі *Partizip II* (дієприкметник) і у літературному варіанті виголошення має форму: *haben gefunden*. Але бачимо, як змінюється форма залежно від сфери дискурсу, та діалекту. Так виникають такі форми, як *hoob gfund'n* і *hoob gfunä*.

В освітньому дискурсі Німеччини у сфері вивчення німецької мови як іноземної, когнітивна база, представлена в підручниках німецької мови для іноземців, формується на основі певних базових концептів, що репрезентуються лексикою, стандартизованою згідно з загальноєвропейськими компетенціями володіння іноземними мовами. Вони розглядаються у дискурсі як динамічні явища, які забезпечують взаємодію мови, свідомості та культури, одиниці, що характеризуються потенційністю смислів.

Концептуальний аналіз дискурсу відноситься до сфери когнітивної лінгвістики, що вивчає мову як систему знаків, що грають роль у репрезентації та трансформуванні інформації [2]. При такому аналізі концепти розглядаються на рівні їх дискурсивної реалізації, дозволяючи моделювати дискурс як сукупність культурно-значимих концептуальних смислів.

Оскільки будь-який дискурс, не може розглядатися поза увагою його учасників, особливо в процесі вивчення іноземних мов і в цьому процесі учні формують нову мовну картину світу щодо країни та культури мови, що вивчається— даний підхід є актуальним. Оскільки комунікативна ситуація на заняттях з німецької мови стоїть на основі підручника, то він виступає семіотичним посередником. Сучасні підручники іноземної мови є не лише засобом навчання, але й освоєння культури, що транслюється цією мовою.

Для дослідження освітнього дискурсу у сфері вивчення німецької мови як іноземної був обраний підручник для іноземців початкового рівня «*Linie 1. Deutsch in Alltag und Beruf*» [5]. Він являє

собою сучасний автентичний підручник, який активно використовують у мовних центрах при навчанні мігрантів, які проходять інтеграційні курси. Як приклад використано освітній дискурс сфері вивчення німецької мови початкового рівня (A1), оскільки цей рівень — базис і має особливе значення, для подальшого володіння іноземними мовами.

Концепти закладені в цей рівень, починають формування нової мовної картини світу у іноземців, що навчаються, необхідної для успішної комунікації безпосередньо у Німеччині. Кількість концептів у підручниках не є чітко фіксованою, але самі концепти, їх тематика зазвичай є стандартними відповідно до GER. У навчального комплексу «*Linie 1. Deutsch in Alltag und Beruf*» (підручник, робочий зошит та аудіоматеріали) було виявлено та досліджено 16 концептів: *Bekannschaft, Stimmung, Natur, Einkauf, Geschichte, Zeit, Stadt, Wohnen, Lebenslauf, Arbeit, Körper, Gesundheit, Alltag, Termin, Reise, Wetter*.

Тематичні розділи можуть містити кілька концептів, а їх окремі елементи періодично доповнюються у підручнику, робочому зошиті, відео- та аудіоматеріалах. Таким чином, учні мають прослідкувати концепти протягом усього періоду навчання, яке для початкового рівня вивчення мови триває 2 місяці (20 годин на тиждень).

Дані концепти були сформовані на основі лексичних одиниць, що найчастіше зустрічаються у буденному житті. Таким чином, створюється додаткова мовна картина світу тих, хто навчається німецької мови на початковому ступені. Так як концепти є базовими, то вони стандартизовані в рамках GER лексики, і представлені в більшості своїй загальноживаними, нейтральними лексичними одиницями. Крім того є й певна частка англіцизованих та запозичених елементів.

Виходячи з того, що найважливішою функцією дискурсу є знайомство учнів зразками мовної та немовної поведінки носіїв іншої мови, іншої культури в різних ситуаціях, використання дискурсів у навчальному процесі цесе є абсолютно необхідним. Дискурс надзвичайно важливий також і для оволодіння мовними засобами. Учні повинні вивчати їх не ізольовано, а в контексті, тобто знову ж таки в дискурсі, який показує, як використовується мовне явище в тій чи іншій мовній ситуації.

Отже, за комунікативного підходу до викладання дискурс має розглядатися як найважливіший компонент навчання іноземних мов. Тому вирішення проблем, пов'язаних оволодінням усіма функціями

дискурсу в навчальному процесі, цілеспрямована орієнтація навчання на формування дискурсивної компетенції є необхідною умовою досягнення сучасних цілей навчання.

1. Бенвеніст Е. Загальна лінгвістика. Київ. 1974. 448 с.
2. Кубрякова О. С. Короткий словник когнітивних термінів. Київ. 1997. 245 с.
3. Лінгвістичний енциклопедичний словник / ред. В. Н. Ярцева. Київ. 1990. 682 с.
4. Darot M. Discours mathématique et discours didactique. Paris. 1975.
5. Linie 1 A1 / S. Kaufmann et al. Stuttgart : Ernst Klett Sprachen, 2017. 296 p.

МЕТАФОРИ В ПРОМОВАХ ФР. Д. РУЗВЕЛЬТА

Курас А. А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.

З активним розвитком інформаційних технологій, що є невід'ємною частиною життя сучасної людини, зростає цікавість до політики, а саме до мови, яку використовують політичні діячі для здійснення впливу на слухачів. Зазвичай, комунікативний намір будь-якого оратора полягає в переконанні аудиторії у своїй правоті та спонуканні до певної дії. Для досягнення цієї мети президенти використовують емоційно насичену мову, що має найбільшу силу впливу.

Питання використання метафор у промовах президентів США є дуже актуальним через зростання популярності інформаційних технологій та зацікавленості громадян у ситуаціях, які трапляються в їхній країні та в усьому світі. Тому важливим є знання сутності метафори. Вона полягає в перенесенні властивостей одного предмета на інший, тобто в порівнянні абсолютно різних речей, але без використання сполучників "як", "ніби", "немов" тощо. Це зумовлено тим, що людина здатна знаходити схожість, порівнювати. Тому багато дослідників вважають, що метафора – явище не тільки мовне, а й мисленнєве. Саме мовний вплив з метою формування в слухача позитивних або негативних думок про певну політичну одиницю

(політичного діяча, партію, програму, захід тощо) вважають політичною метафорою.

Першим, хто дав визначення метафори був Аристотель. Ще у IV столітті до нашої ери у своїй книзі "Поетика" він писав: "Найважливіше – розумітися на метафорах. Тільки це вміння неможливо перейняти від іншого. Воно є ознакою обдарованої людини, бо щоби утворювати гарні метафори – треба помічати подібність" [1, с. 47].

А. Чудінов (2013) працював над класифікацією політичної метафори та виділив такі різновиди:

1. **Антропоморфна.** Різновид метафори, що базується на концептуалізації політичної метафори за подобою тіла людини, тобто порівняння певних речей з виглядом людини, її якостями. Така метафора дає змогу сприймати складні та далекі від повсякденного життя політичні поняття [2, с. 35]. Наприклад: *nation is a person, the face of the nation*.

2. **Природоморфна.** Така метафора ґрунтується на порівнянні зі світом тварин, рослин та неживою природою. З допомогою них людина легко створює мовну картину політичного світу [2, с. 35–36]. Наприклад: *a light shines in the darkness, withered leaves of industry, the turtle policy, many mountains yet to climb*.

3. **Соціоморфна.** Вчений зазначає, що політичний світ метафорично моделюється відповідно інших сфер соціальної діяльності. Він розглядає такі поняття як "злочинність", "війна", "театр", "економіка", "ігри та спорт" [2, с. 37]. Наприклад: *attack upon our problems, advance the ball on human rights, this job is a relay runner*.

4. **Артефактна.** А. Чудінов пояснює такий різновид метафори тим, що люди метафорично моделюють політичну сферу, порівнюючи її з артефактами, тобто створеними ними речами. Він визначає такі її компоненти, як поняття "механізм", "будинок", "інструмент" тощо [2, с. 35–36]. Наприклад: *we are building democracy, knocking on the gates of, we have provided the machinery to*.

Фр. Д. Рузвельт був одним із видатніших ораторів ХХ століття. Він робив складну політику зрозумілою кожному, розважав слухачів та розповідав веселі чи сумні історії, іноді міг сперечатися. Його політичні промови сприяли змінам та сформували відчуття національної гідності.

Багато вчених вважає, що метафора – це властивість людської мови та мислення й те, що за метафорою можливо сховати певну інформацію. Тому щоби перевірити це, можна розглянути декілька прикладів застосування метафор у промовах Фр. Д. Рузвельта та проаналізувати їх з використанням класифікації А. Чудинова.

Перша інавгураційна промова Фр. Д. Рузвельта від 4 березня 1933 р. відбулася після його перемоги на президентських виборах 1932 р. Президент розповів про економічні труднощі країни, спричинені Великою Депресією та про свої плани щодо термінових дій, спрямованих на вирішення проблем та подолання кризи.

(1) *In every dark hour of our national life a leadership of frankness...*[3]

Dark hour of national life – артефактна метафора; у такий спосіб президент підкреслює важкі для держави події, називаючи їх "темною годиною".

(2) *I assume unhesitatingly the leadership of this great army of our people dedicated to a disciplined attack upon our common problems* [3].

Фр. Д. Рузвельт використав метафори воєнної тематики *army* та *attack*, які є соціоморфними. Він порівнює американських громадян із великою армією, яка "виступає в бій" з проблемами, маючи на увазі, що люди повинні багато працювати, поки економіка не піде вгору після Великої Депресії.

(3) *The money changers have fled from their high seats in the temple of our civilization* [3].

Money changers have fled from their high seats – артефактна метафора, під якою Фр. Д. Рузвельт має на увазі мінйял або обмінників грошей, які обманювали людей, а потім різко припиняли свою роботу.

The temple of our civilization – артефактна метафора; Фр. Д. Рузвельт називає уряд та фінансові установи храмом цивілізації.

Отже, промови Фр. Д. Рузвельта були ефективним механізмом управління державою в складний історичний період, але через використання великої кількості метафор, можна припустити, що вони могли мати маніпулятивний характер. Саме через це метафору можна вважати альтернативою вирішення складних політичних питань.

1. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии : монография. Екатеринбург : УрГПУ, 2013. 176 с.

2. Aristotle, Butcher S. H. *Poetics*. New York : Cosimo Classics, 2008. 68 p
3. President Fr. D. Roosevelt's First Inaugural Address. *The Miller Center*. 1933, Mar. 4. URL : <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/march-4-1933-first-inaugural-address> (дата звернення: 10.12.2021)

ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ DRUGS / НАРКОТИКИ В РОМАНІ ДОННИ ТАРТТ «ЩИГОЛЬ»

Савченко А. Ю.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.

Людське життя наповнене індивідуальними звичками, ритуалами, атрибутами, без яких складно уявити будні та вихідні. Часто у такі види діяльності входять куріння, вживання алкоголю та наркотичних речовин, пиття кави щоранку. Здавалося б, поняття «drugs» не має викликати труднощів у розумінні та використанні у носіїв англійської мови. Проте лексема «наркотик» вимагає більш ретельного вивчення, особливо тому, що її різні значення та домінуючі метафоричні рамки формують суцільну картину щодо психоактивних речовин та людей, які їх вживають. Для цього слід звернутися до науковців, які розглядали у своїх роботах особливості вербалізації концептів, як С. Аскольдова, Е. Бенвениста, В. Карасика та ін.

Метою публікації є здійснення аналізу художніх текстів на предмет асоціативного ряду, який репрезентує концепт «drugs». Художній текст є суб'єктивним звертанням автора до читача. Його також можна вважати результатом творчого пізнання себе й довкілля. Він концентрує у своїй змістовій структурі різні дефініції поняття.

Передаючи і сприймаючи інформацію, людина осмислює її з урахуванням значних концептів. Сформована за допомогою мовних засобів, картина світу набуває смислової значущості. У свою чергу, концептуальна сторона щодо картини світу отримує семантичний розвиток, внутрішню диференціацію. Вербалізація концептів здійснюється різними шляхами в різних типах дискурсів: в одних, наприклад, побутовому дискурсі, існують переважно точні співвідношення між лексичним і концептуальним полями (слово-концепт) [3, с. 462]. Один концепт може виражатися на лексичному

рівні декількома одиницями, а також може бути експлікований і власне граматичними (синтаксичними) при цьому одночасно одна лексична одиниця може одночасно стосуватися кількох різних концептів. А. Бабушкін уможливує повну вербалізацію концептів за допомогою найрізноманітніших художніх засобів та абсолютно всіх частин мови [2, с. 14].

Ми концептуалізуємо поняття «drugs» як якусь видиму медичну речовину. Тому варто розглянути диференціацію поняття за Брюсом Александером. Він поділяє концепт «drugs» на три різновиди: *ліки, трави та наркотики* [1, с. 92]. Перше визначення пов'язується з медичними препаратами, які мають лікувальну дію та приписуються лікарем. У такому випадку поняття несе нейтральне значення. У другому випадку поняття трави включає у себе як медичні препарати, так і препарати народної медицини, які не завжди спрямовані на пригнічення симптомів хвороби, діючи на психіку. Третє значення формує виключно негативний відтінок слова, від яким розуміють нелегальне вживання речовин для пригнічення роботи мозку.

У будь-якому випадку всі три поняття формують одну концептосферу, до якої входять периферійні явища, напряду чи віддалено пов'язані зі словом «drugs». Наприклад, для вираження першого значення слова можна застосувати такі фрази: *drug store, drug company, wonder drug, pharmaceutical drug* [1, с. 94]. Варто зазначити приклади назви ліків, які складають основу поняття: *Aspirin, Norvasc, Lipitor* [1, с. 94]. Даючи лише назву ліків чи наркотику, у свідомості людини з'являються відповідні образи в голові. Якщо говорити про асоціації, чуючи слово «наркотики» в значенні психоактивних речовин, які найчастіше заборонені до використання, то вони включають такі слова та вирази: *dealer, trafficking, war, dope, narcotic* [1, с. 96].

Окремим пластом лексики для вираження наркотиків у художньому тексті вважається вживання слова «наркотик» у вигляді метафори. Вона слугує додатковим проявом значення поняття у лінгвістичному дискурсі. Поняття «наркотик» осмислюють ще в розумінні якоїсь дуже надійливої звички, від якої важко відмовитися. Наприклад: *кава, насіння соняшнику, алкоголь, тютюнокуріння*.

Лінгвістика досить ретельно вивчає концепти та їх прояви у мові; вони мають потенціал актуалізуватися в художньому тексті, оскільки мови у своєму складі мають величезний арсенал мовних засобів для вираження різних значень поняття «наркотики».

1. Bruce K. Alexander. *The Globalisation of Addiction: A Study in Poverty of the Spirit*. Oxford University Press, 2008. P. 92–96
2. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка: монография. г. Воронеж: изд-во Воронеж, гос. ун-та, 1996. С. 14
3. Слухай Н. В. Сучасні лінгвістичні теорії концепту як мовнокультурного феномена. Мовні і концептуальні картини світу. м. Київ, 2002 р. С. 462–464

ЕТИМОЛОГІЯ СТИГМАТИЗАЦІЇ ТА СЛІВ-СТИГМ

Сьомак О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник — канд. філол. наук, асистент Зінченко А. В.

За останні роки спостережень за людьми було виявлено різке збільшення використання стигматизуючих слів, відносно людей з ментальними хворобами. Внаслідок чого їх важливість та труднощі, пов'язані з хворобами, стали вважатися менш значними. У кожній мові можна помітити таке явище як стигматизація. Велика кількість слів, які використовують для визначення хвороб, стали звичними у повсякденному житті.

Стигматизація – це упереджене, негативне ставлення до окремої людини або групи людей, пов'язане з наявністю у неї (них) якихось особливих властивостей і ознак [1].

Тож, можна виділити слова, які виражають певне стигматизуюче значення. Наприклад: *crazy, mad, mental, insane, psycho*. Даний перелік слів, за дослідженням BMC Health Service був визнаний найуживанішим, поряд з іншими не менш відомими словами [6].

Більшість з зазначених слів на початку виникнення не мали стигматизуючого значення. Для прикладу, *psycho* було пов'язане з виокремленням чогось психічного і вживалося як префікс до таких слів як *psychologist*. Стигматизуючого значення слово набуло близько 20-го століття, імовірно після виходу фільму “Psycho”.

Схожий процес відбувається і зі словом *mental*. Воно використовувалося задля підкреслення духовності предмета або ситуації. *Mental* зазвичай використовується в контексті психологічних

розладів або при лікуванні людей, які страждають ними [7]. Одне з найпоширеніших вживань - фраза "mental health". Слово також дуже часто використовується в загальному сенсі для опису речей, пов'язаних з розумом наприклад, у фразах *mental note* (помітка, щоб згадати думку пізніше), *mental image* (картина, створена в розумі) і *mental math* або *mental arithmetic* (математика, виконана подумки, а не за допомогою калькулятора) [5].

У випадку зі словом *loony*, першочергове його значення було "той, на кого вплинули зміни фаз місяця" [2]. У 1400 році так називали ледарів. Однак, своє негативне значення слово набуло досить давно, адже люди вірили, що божевілья було спричинене саме змінами фаз місяця. Близько 1800 року прикметник *loony* почали використовувати зі стигматизуючим значенням у таких фразах як *loony bin*, *loony tunes* [3]. Слово *loon*, що означає "психічно неврівноважена людина", хоча і походить від середньоанглійського слова *loun*, закріпило своє "божевільне" значення двома іншими лінгвістичними джерелами: *lunatic* (божевільна людина) і *loon* (птах).

Інше найпоширеніше слово нашого часу *crazy* також на початку свого існування мало невинний характер. З'явившись у 14 столітті, слово означало *розбитий*. Близько 1812 року ним почали описувати щось перебільшене та повне ентузіазму. Вже у 1867 році це слово почало вживатися у відомому нам значенні "несповна розуму" [4].

Можна зрозуміти, що більшість стигм почали формуватися близько 19- початку 20-го століття. Лише деякі слова за своєю етимологією і справді відносяться до опису хвороб, наприклад *insane*. У наш час називати когось божевільним часто не має практично ніякого медичного сенсу і використовується скоріше як образа чи реакція на те, що хтось зробив щось божевільне.

Отже, підвищена толерантність сучасних людей не завжди стосується ментальних хвороб, у зв'язку з тим, що більшість описаних у дослідженні слів використовуються у повсякденному житті і мають багато значень, які не обмежуються лише клінічними. Це призводить до того, що викоринити такі слова як "вона з'їхала з глузду" чи "це божевілья" майже неможливо. Одним із способів вирішення проблеми надмірного використання та стигматизації слів може бути виокремлення клінічних термінів від загальноновживаних слів.

1. Гурович И. Я., О программе борьбы со стигмой / Исаак Яковлевич Гурович // Социальная и клиническая психиатрия. – 1999. – Т. 9. – № 3. – С.5-8. – Мова рос
2. Hartford Courant, August 17, 2014. URL: <https://www.courant.com/entertainment/hc-xpm-2014-08-17-hc-word-watch-0817-20140817-story.html>(дата звернення: 15.10.2021) (дата звернення: 21.10.2021)
3. MacMillian Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionaryblog.com/crazy>(дата звернення: 23.10.2021)
4. Merriam-Webster Online Dictionary. URL:<https://www.merriam-webster.com/dictionary/mental#h2> (дата звернення: 14.10.2021)
5. Online Etymology Dictionary / ed. by Douglas Harper, 2001 – 2021. (Loony). URL: <https://www.etymonline.com/word/loony> (дата звернення: 15.10.2021).
6. Rose D., Thornicroft G., Pinfold V., Kassam A. 250 labels used to stigmatise people with mental illness. URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1925070/>. (дата звернення: 01.10.2021).Dictionary. URL: <https://www.dictionary.com/browse/mental>
7. The Word Counter September 20, 2021. URL: <https://thewordcounter.com/meaning-of-psycho/> (дата звернення: 23.10.2021)

COMPARATIVE-TYPOLOGICAL ANALYSIS OF LINGUISTIC UNITS OF THE EMOTIONAL CONCEPT IN MULTI-SYSTEM LANGUAGES

*Shukurova Shahlo Shukhrat Kizi
(Uzbekistan State World Languages University,
Uzbekistan, Tashkent)
Scientific supervisor – Minnikulov I. U.*

Comparison as a method of scientific cognition has justified itself in many sciences. Linguistics is no exception. The history of the comparison of languages begins, according to legend, with the "Babylonian confusion". However, at each stage of the development of linguistics, the method of comparative language learning has its own characteristics. It is based on the theoretical foundations of linguistics of the separately considered period. At this stage, modern linguistic research is based on the achievements of cognitive linguistics. This fact naturally influences modern methods of comparative language learning. The task set by the author in this article is

to highlight and analyze the relationship between the most significant general theoretical positions of contrastive and cognitive linguistics.

This article is about emotions that are one of the forms of reflection, cognition, and evaluation of objective reality is recognized by representatives of various sciences, primarily psychologists and philosophers. This initial position has a common clarification for all researchers: emotions are a special, peculiar form of cognition and reflection of reality, since in them a person acts both as an object and a subject of cognition, i.e. emotions are related to the needs of a person underlying the motives of his activity. Psychological and psycholinguistic sciences are aimed primarily at studying the functions of emotions in human activity. Despite the clarity of scientific positions, the state of the study of the psychology of emotions, according to psychologists themselves, remains extremely unsatisfactory. The task of building a holistic, multilevel psychological theory of emotions has not yet been solved. This creates certain difficulties for linguists who address the problems of language support of emotions. Considering all the difficult and unresolved issues of the psychological theory of emotions, a linguist should first of all investigate the actual linguistic mechanisms of the designation and expression of emotions, especially since "feelings only acquire meaning for a linguist when they are expressed by linguistic means." The need for proper linguistic analysis of the means reflecting human emotions is motivated by the lack of elaboration of the problem, by the fact that "the linguistic expression of emotions has not yet been sufficiently investigated" One of the most important understandings of the relationship between language and culture is considered in linguistics as the main part of the culture that we inherit from our ancestors. Through language, we study and create culture, so the understanding of culture can occur through natural language. Maslova notes: "Language is a fact of culture, it is an integral part of the culture that we inherit and at the same time its instrument. The culture of the people is verbalized in the language, it is the language that accumulates the key concepts of culture, translating them into the iconic embodiment of words." [1, p.53]. A special place in the conceptual sphere of any national language is occupied by cultural emotional concepts that objectify emotions as a socio-cultural phenomenon that performs many functions, including cognitive function. [2, p.24]. The emotional concept is a mental unit of a high degree of abstraction, reflecting in the linguistic consciousness the centuries—old experience of the people in the form of universal and culturally specific ideas about emotional experience. It is

implemented in the language in various ways. So, the same concept can have several ways of designation. For example, the concept of “sadness” in the texts of English folklore can be realized by means of lexemes: sadness, sad, sad, sad and others, as well as, in particular, composites, considered as cases of an intermediate state between a phrase and a complex word: sadness-grief, boredom-sadness, sadness-sadness and others. Language itself is directly a means of accumulating social experience, while emotions act as a way of objectifying the evaluative attitude to this experience. Emotional concepts are determined by such socio-cultural factors as: customs, traditions, mores, behavior model and stereotype of thinking, being one of the sides that make up the culture of a particular people, historically develops and comprehensively develops throughout the development of the culture of the people. In our article, we conduct a typological analysis of a number of linguistic units that express an emotional concept. The world of emotions in the languages under consideration, both in Uzbek and English, is semanticized in sufficient detail, and so-called basic emotions are chosen for analysis. Basic emotions are primary in origin, but elementary in nature, i.e. they are not socialized. In studying the essence of emotional concepts on the actual language material, it will help to describe the content of the most important fragments of the emotional lexico-semantic field. The consideration of the Uzbek linguistic worldview against the background of the English language allowed us to determine the differences and identity in the development of reality (reality) by representatives of these cultures in the emotional sphere. The expression and perception of the emotional linguistic picture of the world of the Uzbek is expressed in fundamental emotional concepts and characterizes the emotional culture of a particular ethnic group. A detailed analysis of the linguistic material expressing the emotional side of life by representatives of the cultures under consideration allows us to judge the peculiarities of emotional behavior, the national character of the ethnos as a whole.

In the study, we paid special attention to the archetypal nature of the definition of mental activity, which underlies the imagery of emotion. In the language of the English people, emotions are often thought of and perceived in the image of water, fire and are clearly visible in the following expressions: to burn with passion, to kindle love or to incite hatred, to burn with love or to burn with shame; in Uzbek: *kuyunmoq*, *havotir olmoq* (in a figurative sense, to worry a lot), and the literal translation is to burn-to boil; literal translation to burn-to cook; *hasad qilmoq* (to burn with envy)

As can be seen from the above examples, the emotional concepts of the languages studied are largely universal in nature, the choice of a specific image characteristic of the worldview and worldview of one people is identical, and often unique, and has a specific national character.

1. Гак В.Г. О контрастивной лингвистике. В сб. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXV. Контрастивная лингвистика. М.: Прогресс, 1989, С.
2. Фортунатов Ф. Ф. Сравнительное языкознание. Избранные труды. М., 1956.Т.1. С. 68.

ON THE ISSUE OF LITERARY DISCOURSE RESEARCH FROM THE LINGUOSYNERGETIC PERSPECTIVE

Tetiana Shumylo

(Sumy State University)

Supervisor – PhD in Philology, Associate Professor Larysa V. Shchychlo

Linguistics of the modern times is distinguished by searching for efficient methods of philological knowledge. Meanwhile, the qualitative reconsideration of the language system study should be based on the elaboration of a new theoretical and methodological synthesis aimed at aligning humanities with natural sciences within the context of transdisciplinary systematic world outlook [5, p. 204].

A language as a synergetic supersystem, a nonlinear, unstable one, determined both internally and externally, happens to be in a transition phase from chaos to order due to the interaction of destructive tendencies and self-organisation parameters of this supersystem by means of elements and subsystems common functioning, the ones cooperating for its preservation [3, c. 20].

Linguistics is a spectrum of facts and a set of hypotheses, each of them explaining system relations in the core of certain grammatical, lexical, phonetic and other categories. Therefore, specific terminology of synergetics (the notions of instability, dissipativeness, nonlinearity, hierarchy, emergence, symmetry/asymmetry and so on) is more frequently implemented in language studies [4, c. 157]. Synergetic discourse analysis contributes to establishing systematic interrelations between a number of its constituents – phonematics and prosodic structuring of utterances, specific peculiarities of lexical content and syntactic formations, semantic and

pragmatic meanings, context, extralingual phenomena – which create the single multi-level complex and functional space of a discursive system [4, c. 155].

The author as a constructor of his/her own ideas is simultaneously an attractor (a mental construct, which directs the process in order to achieve the goal set) and a repeller (embodies parameters, capable of “pushing the system away” from the equilibrium position), these strategies being reflected in the discourse [1, c. 95–96].

The systematic search in the course of creating the best variant of the text and discourse includes the choice of the best message object representation scenario, its effective conceptualization, the choice of argumentation and codes influencing the addressee, selection of composition and text stylistics. The author of the text has certain freedom in the mentioned choice and a possibility to evaluate each mental choice as “better – worse”. Using his/her estimations while ranging the variants, the author consistently attains ideal variant, in his/her opinion [2, c. 100–101].

Thus, the linguosynergetic scientific paradigm is at the outset of a formation stage and intends to introduce the interdisciplinary study of already known linguistic conceptions. The synergetic outlook facilitates defining underlying language development principles due to conducting studies in its inextricable unity with natural sciences. The structure of any text is ought to demonstrate the dynamics of senses production.

1. Кравченко Н. Г. Синергетичний метод вивчення внутрішнього мовлення в німецькомовній художній прозі. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи* : зб. наук. пр. Київ, 2017. С. 92–97.
2. Піхтовнікова Л. С. Лінгвосинергетика: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 288 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава, 2008. 712 с.
4. Таценко Н. В. Синергетика як методологічна основа сучасних філологічних досліджень . *Філологічні трактати*. 2016. Т.8, №2. С. 151–159.
5. Shchyhlo L. V., Vorfolomeiev M. S. Philological researches in the context of transdisciplinarity: a fractal scale-free derivational network modeling Moderni aspekty vědy: XXI. Díl mezinárodní kolektivní monografie. Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o.. Česká republika: Ekonomický Institut s.r.o., 2022. str. 447.

КОГНІТИВНА ЛІНГВІСТИКА ТА КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД В ЛІНГВОДИДАКТИЦІ

Щербак Д. С.

(Сумський державний університет)

Наукові керівники – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

(Сумський державний університет)

канд. філол. наук Зайніддін Санакулов

(Чирчицький державний педагогічний університет,

м. Чирчик, Узбекистан)

Когнітивні підходи в лінгводидактиці до навчання іноземних мов у сучасному полікультурному освітньому просторі відіграють величезну роль. Методична наука ділиться на дві абсолютно незалежні області, але водночас ці галузі мають особливий зв'язок між собою. Тобто поділ відбувається на лінгводидактику – це теорія навчання мов, частина методики навчання якої виникла внаслідок інтеграції лінгвістики та методики; та на методику навчання – технологія навчання. Лінгводидактика обґрунтовує лінгводидактичні, тобто ті, що ґрунтуються на теорії, основи навчання іноземних мов, а також дослідження: концепції, принципи та механізми. Ця наука осмислює взаємозв'язок технології викладання, вчення матеріалу, який подається та його відбору. Потреба та бажання оволодіти новою мовою, збільшити словниковий запас, осмислити теоретичну основу мови – всі ці компоненти ставить перед собою лінгводидактика як завдання для дослідження та вивчення міждисциплінарної основи. Існують значення, пов'язані з нашими почуттями, простором – їх ми розуміємо відразу. Тому що вони є наслідками наших органів чуття. А абстрактніші явища складніше піддаються нашому розумінню. Але для того, щоб успішно та якісно вивчити іноземну мову, значну увагу треба звертати не лише на зовнішні чинники, а й на внутрішні людські фактори. Особливо це стосується пам'яті, категоризації, увазі та свідомості, котрі є когнітивними функціями людини, що впливають на успішність. Але також існують й інші фактори, такі як емоції або дослідницька діяльність студента, які є показниками впливу на вивчення мовного образу та навчання загалом. Таким чином, одну з головних ролей успішності навчання грає когнітивізм зі своїми методиками розуміння, осмислення та передачі інформації в цілому.

Когнітивна наука відмовилася від принципу вивчення тільки явищ, що безпосередньо спостерігаються, і почала вивчати процеси

обробки інформації, що не спостерігаються. Ці процеси можуть бути усвідомлюваними та неусвідомлюваними. Це передбачає критерії усвідомлення, який явним чи неявним чином має на увазі певні теоретичні уявлення. В основу когнітивної науки закладені когнітивна психологія, інформатика, філософія та когнітивна лінгвістика. Когнітивна лінгвістика досліджує те, як мова взаємодіє з іншими когнітивними процесами, та як вона впливає на них, а також шляхи впливу цих когнітивних процесів на породження мови в цілому. «Функціонування мови також розглядається як різновид когнітивної діяльності» [1, с. 12]. Ця галузь пов'язує мовні явища з різними явищами, що належать до мисленнєвої діяльності людини. Інтерес, який присутній у представників цього розгалуження лінгвістики пов'язаний не лише з власне мовною формою, а й із супутніми функціями комунікативної системи – використання мови тіла, а саме жестів та рухів очей. Особливості структури мови можуть проводити своєрідність примітивних когнітивних процесів. Цей вид лінгвістики дає знання для усвідомлення комунікативних елементів мови, розуміння тексту, що має вплив на побудову тексту та мовлення, які фактори можуть вплинути на сприйняття мови. «З іншого боку, вивчення мови – це опосередкований шлях дослідження пізнання, бо когнітивні й мовні структури перебувають у певних співвідношеннях» [2, с. 148]. Маючи зв'язок із когнітивною психологією та взаємодіючи з нею, когнітивна лінгвістика дає зрозуміти, що свідомість пов'язана з вербалізацією, яка є здатністю сформулювати свої думки вербально та передати їх під час процесу комунікації іншій людині. Але розмовляючи іноземною мовою людині важко передати словами переклад якогось слова, хоча на рівні підсвідомості цей учасник розмови розуміє значення цього слова. Він розуміє фрагментарно сенс мови, але відчуває лише на рівні емоцій. Тому йому важко сформулювати та висловити свої думки вербально. Свідомість дозволяє нам контролювати мову, причому важливо що не ініціювати якусь довільну мову, а саме відфільтрувати її, а також вбудовує інформацію, що надходить в навколишній контекст. Вона насправді обирає одну з інтерпретацій, яка надходить до інформації, що вбудовується в актуальний життєво усвідомлюваний контекст. Людині, щоб осмислено і глибоко думати й спілкуватися іноземною мовою корисно знати ще дещо із сусідніх дисциплін, які займаються мисленням, пізнанням, розумовою діяльністю.

Для спрощення вивчення іноземних мов важливо зрозуміти як підійти до цього сприйняття з боку людського розуму. Для цього й існують когнітивні підходи в лінгводидактиці. Одним з таких методів є одержання та усвідомлення уявлень про реалії, які втілені в іноземну мову, наприклад, через граматику. Цей підхід безпосередньо має бути пов'язаний із комунікацією, де вивчення граматики стане основою спілкування та вираження своїх думок, міжособистісної комунікації, що стане прикладом міжкультурного розвитку. Коли той, хто навчається, переходить до навчання та вивчення іноземних мов у свідомому віці, то вся інформація сприймається через знання своєї рідної мови. Іншим прикладом може слугувати те, що отримавши певний розумовий зміст ми переходимо до невербалізованої картинки, тобто зоровому уявленню, після якого мозок людини обирає лексичний відповідник в конкретній ситуації – слово або словосполучення. Таким чином студент переходить від внутрішнього схематизованого уявлення до фраз, які починають звучати так, як вони повинні звучати в конкретній мові. Він на підсвідомому рівні запам'ятовує цитати, ідіоми, використання граматики, щоб пізніше, ґрунтуючись на цій інформації, структурувати свій мовний баланс. Тобто, це дає можливість в подальшому розмовляти так, як спілкуються носії мови.

Отже, когнітивна лінгвістика зі своїми підходами сприяє активізації мовної діяльності студентів під час вивчення іноземної мови та оволодіння її матеріалом. Ця наука побудована на моделюванні того, як користується мовою людина. Когнітивна лінгвістика не може розвиватися сама. Адже відбувається взаємодія з когнітивними науками. Когнітивні підходи в лінгводидактиці допомагають оцінити мовні вміння й водночас покращити їх за допомогою різних технік.

Перспектива майбутніх досліджень полягає в аналізі появи мови в нашій свідомості, як відбувається процес трансформації думок до вербалізації і перетворення їх на усне мовлення.

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ, 2004. 342 с.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. 3-тє вид. Київ, 2010. 464 с.

Секція 4

«ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТУДІЇ: ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИКИ»

DIFFICULTIES IN TRANSLATION PHRASEOLOGICAL UNITS

Dilshoda Abdurakhimova

(Chirchik State Pedagogical University,

Chirchik, Uzbekistan)

Scientific adviser – Shamirzayeva Zarifa Khudoyorovna

Phraseology (Greek phrasis – “expression”, logos – “teaching”) is a section of linguistics that studies stable combinations in a language. Phraseological units are ready-made combinations of words. Researchers of phraseology drew attention to the national peculiarity. Therefore, phraseological units were defined by the term "idiom", which in Greek means "peculiar". In English, they are also called "idioms".

1. Some linguists at first even argued that phraseological units are untranslatable into other languages. And indeed, we have discovered a huge layer of phraseological units that have no analogues in the English language: hang your nose, your soul has gone to your heels, your stigma to fluff, etc.

2. Many of them were born in the works of Russian writers. A treasure trove of phraseological units was I. A. Krylov, from whose fables a large number of phraseological units came to our phraseology. The rest were created by the language-creating people. The name of the fable is "Musicians" Phraseologism – “Who is in the forest, who is for firewood” The meaning of a phraseological unit is out of order, out of order, discordantly. The name of the fable is "Cabin" Phraseologism – “And the Casket just opened” The meaning of phraseology - the matter is clear, does not require much thought

3. When comparing other phraseological units in English and Russian, we found phraseological units similar in structure:

burn bridges – to burn bridges;

live like a cat and dog life

4. The following expressions are very similar in Russian and English: appetite comes with eating - appetite comes with eating; marriages are made in heaven - marriages are made in heaven;

5. It is interesting to note that many Russian and English expressions go back to the same primary source – the Bible. The Bible is the richest source of phraseological units.

A storm in a tea-cup – A storm in a teacup.

6. Interestingly, the French idiom *Cherches la femme* (A. Dumas) is widely used in both Russian and English. But if in Russian his tracing paper is used (look for a woman), then in English it is not tracing paper that functions, but a turnover that reveals the meaning of a foreign expression:

There is a woman in it – A woman is involved here.

7. In the English language, and later in Russian, units entered, endowed with extraordinary colorfulness. This explains their prevalence in both languages and the similarity of images. W. Shakespeare: To be or not to be – to be or not to be. English writer William Thackeray is the author of phraseological units: A skeleton in the closet – a skeleton in the closet (about a family secret hidden from strangers).

8. It turned out that the names of body parts are among the most frequently used words in the formation of phraseological units. And what is most interesting, the images are similar in languages. To wash one's head - lather your head (neck). To have heart of gold - have a heart of gold

9. However, when translating from language to language, imagery often changes. This is such an interesting phenomenon for the English and Russian languages. So we observe the difference in images in the following phraseological units:

Buy a pig in a poke (buy a pig in a poke) – buy a pig in a poke

As two peas (like two "peas") – like two drops of water

So, idioms or phraseological units are stable combinations of words that cannot be translated just like that. Bright emotional cunning expressions. Due to the unusualness, these phrases are easy to remember. The main mistake of beginners in learning any language is an attempt to translate a phraseological unit (idiom) literally, as a result of which it often turns out to be just nonsense. It is impossible not to notice that idioms exist in all languages, and often inherit from each other the meaning of the expression. Having studied a huge layer of phraseological units in Russian and English, we came to the following conclusion: And in Russian and English there are expressions that do not have an analogue for each other; Both in Russian and English there are expressions that have a common stylistic coloring;

And in Russian and English there are expressions that came from other languages, for example, from Latin or French; It turned out that the

names of body parts and the names of animals are among the most frequently used words in the formation of phraseological units. Translation of phraseological units from one language to another presents significant difficulties. When translating, it is important not only to convey the meaning of a phraseological unit, but also to display its figurativeness, stylistic function, and context features. Many English stable combinations are characterized by ambiguity and stylistic diversity, which complicates their translation into other languages.

One of the common mistakes of a translator is the inability to notice phraseological units and their literal translation. Thus, a phraseological unit is often mistaken for a free combination of words. This leads to gross errors and distortion of the meaning of the statement: - "After the resounding success she decided to hang up her ax" - After the resounding success, she decided to hang up her ax - instead of: - After the resounding success, she decided to retire.

The next difficulty is the difficulty of perceiving a phraseological unit. The translator must select the translation option depending on the context. This is a problem, as the expression can be used with a touch of irony, sarcasm, resentment, bitterness or irritation. Also, the translator must take into account the fact that most of the English phraseological units have ambiguity. For example, the expression "to take the floor" in the political sphere means "to take the floor", "speak", and in colloquial speech "go to dance". Depending on the situation, "you never can tell" can be translated "who knows" and "what the hell is not joking." Often, phraseological units have false counterparts, i.e. phraseological units coinciding with them in form, but completely diverging in content. For example, "wind in the head" is an empty imagination, arrogance (and not "wind in the head"); "run smb. to earth" - find, get out of the ground (and not "drive, bury someone in the ground"); "stew in one's own juice" - to suffer because of one's own stupidity, to disentangle the porridge that he himself made (and not "stew in his own juice"). The English expression "to be born with a silver spoon in one's mouth" is close in meaning to the Russian phraseological unit "to be born in a shirt", i.e. To be lucky. Often these expressions are given as correspondences. But the English version cannot be used in the same situations as the Russian one, because means "to come from a wealthy family." Often phraseologism remains the property of only one language. An exception is the so-called phraseological tracing paper. Everyone knows the Russian idiom "when the cancer whistles on the

mountain." In different languages, you can find the corresponding equivalents of this phraseological unit:

- when pigs fly - literally: when pigs fly - English; - quand les poules auront des dents - literally: when the chickens have teeth - French; - cuando las ranas crier pelos - literally: when the frogs have wool - Spanish; - wenn die Hunde mit dem Schwanz bellen - literally: when dogs bark their tails - German.

All in all, Comparison of English and Russian phraseological units indicates the presence of similarities among the phraseological units of the two languages. This speaks of the common interests of peoples, which is reflected in phraseological units. However, there are many differences. It is important to remember that phraseological units may or may not coincide partially or completely. This fact must be taken into account when translating. In the first case, the translation of a phraseological unit is not difficult. Difficulties can arise if values do not match. In such a situation, it is necessary to choose an equivalent in the target language, and the equivalent can be either complete or partial.

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. Л.: Просвещение, 1973.
2. Артемова А. Ф. Английская фразеология. Спецкурс. М.: Высшая школа, 2009 – с. 84-85.
3. Гачев Г. Ментальности народов мира. М.: Эксмо, 2003.
4. Жуков В. П. Семантика фразеологических оборотов. М., 1978.
5. Патаева Т. Г. Семантические типы фразеологизмов в бурятском и английском языках // Вестник Бурятского государственного университета. 2009. № 10. С. 23-26.
6. Эльжуркаева М. Я. Проблемы перевода фразеологических единиц // Филологические науки в России и за рубежом.: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, ноябрь 2013 г.).
7. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
8. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
9. Gazieva, S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.

10. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
11. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
12. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

ПРИЙОМ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ КІНОПОСТЕРІВ

Захарченко А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Мовчан Д. В.

Успіх іншомовного фільму на ринку кіноіндустрії значною мірою залежить від стратегій та тактик, до яких вдається перекладач, транслюючи основну ідею авторів кінострічки. Діапазон можливих маніпуляцій із текстом-оригіналом лежить у площині прямого та непрямого (трансформаційного) перекладу.

Порівняльний аналіз назв англійськомовних художніх фільмів і їх перекладів українською мовою дозволяє стверджувати, що при перекладі доводиться адаптувати текст, створений в іншомовній дійсності, враховуючи мовні, когнітивні та ціннісні установки масового адресата.

Як і для будь-якого іншого виду перекладу, для досягнення адекватності перекладу назв художніх фільмів використовуються перекладацькі трансформації. Їх головною метою є необхідність досягнути найбільшої близькості відповідностей між елементами двох мов, що аналізуються у процесі перекладу [2].

Трансформацією шляхом додавання чи опущення користуються у тих випадках, коли при дослівному перекладі виникає лексична недостатність, назва є незрозумілою україномовному глядачеві, або лексична надмірність та суть фільму буде зрозуміла глядачеві із більш короткою чи більш розгорнутою назвою. Іноді ця стратегія

застосовується для компенсації жанрової недостатності прямого перекладу. До неї відносяться граматичні та лексичні додавання: "Encanto" – «Енканто: Світ магії», "The Suicide Squad" – «Загін самогубців: Місія навиліт», "No Time to Die" – «007: Не час помирати», "Spencer" – «Спенсер: Таємниця принцеси Діани» та опущення: "The Tragedy of Macbeth" – «Макбет», "Dune: Part One" – «Дюна», "Cowspiracy: The Sustainability Secret" – «Скотозаговор», "American Sniper" – «Снайпер».

Лексико-граматична трансформація стає у нагоді у тих випадках, коли у мові оригіналу та в мові перекладу відсутні аналогічні граматичні конструкції, або відсутні лексичні еквіваленти. «Відомо, що модифікаціям підлягають поверхневі структури вихідних текстів; консистентними, стабільними при цьому залишаються глибинні структури, а це – аксіоматична вимога до адекватних перекладів з однієї мови на іншу» [2, с. 10].

До цієї стратегії відносяться перестановка, описовий переклад, синонімічна заміна, модуляція, генералізація та конкретизація. Наприклад: "Fantastic Beasts and Where to Find Them" – «Фантастичні звірі і де їх шукати», "The Power of the Dog" – «У руках пса», "The Devil All the Time" – «Диявол назавжди», "The Call of the Wild" – «Поклик пращурів», "Dragged Across Concrete" – «Закатати в асфальт».

До повної лексико-семантичної заміни вдаються, коли зміст оригінальної назви неможливо передати без спотворень змісту (наявність неперекладних конструкцій), або коли при використанні інших стратегій назва буде незрозумілою глядачеві чи не відображатиме суть фільму. Наприклад: "Free Guy" – «Персонаж», "Antlers" – «Ненаситний», "Copshop" – «Хороший, поганий, коп», "CODA" – «У ритмі серця», "Hacksaw Ridge" – «З міркувань совісті», "Ford v Ferrari" – «Аутсайдепу», "The Mule" – «Наркокур'єр», "Boss Level" – «Фінальна гра», "Fatman" – «Полювання на Санту», "Force of Nature" – «Ураган», "Get the Gringo" – «Веселі канікули».

Непрямий переклад назв кінофільмів шляхом використання трансформацій найбільш доречний, якщо в назві фільму прихована ідіома, приказка, цитата, гра слів, стійкі словосполучення, сенс яких прямим перекладом донести не вдається. Без належного трактування основна ідея, закладена авторами, може загубитися та залишитися для потенційних глядачів, які не знайомі із соціокультурними реаліями

носіїв мови оригіналу, незрозумілою. Перекладачам часом доводиться пускати в хід усю свою уяву, щоб точно передати ідею, яку містить назва кінострічки.

1. Швачко С. О. Перекладацькі трансформації у поетичному просторі. *Навчати вчитися перекладу* / за заг. ред. С. О. Швачко. Суми : Сумський державний університет, 2015. 215 с.
2. Nida E. A. Fascinated by languages. 2003. URL: <https://linguistlist.org/issues/14/14-2338/>

ХУДОЖНІЙ ПЕРЕКЛАД ЯК СПОСІБ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

Колодяжна К. Р.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

Опановуючи мистецтво перекладу, майбутній спеціаліст стикається з проблемою подальшого розвитку своїх навичок. Вивчення теорії та постійна практика формують фундамент для кваліфікованого фахівця. Однак переклад – це безперервний творчий процес, під час якого критичним виступає вміння знаходити вдалий еквівалент серед мовної скарбниці.

Одним із способів удосконалення перекладацьких навичок вважаємо практику художнього перекладу. Цей вид перекладацької діяльності відмінно формує фахову компетенцію, що поєднує декілька складових, сформованих на основі чотирьох сторін діяльності перекладача у сфері професійної комунікації (міжкультурне спілкування у визначеній сфері, власне професійна діяльність перекладача, професійне перекладацьке середовище і особистість фахівця) [1, с. 167]. Розглянемо спосіб удосконалення кожної з основних компетенцій шляхом практики художнього перекладу.

Філологічна компетенція включає розуміння оригіналу та його адекватного відтворення мовою перекладу з урахуванням комунікативного контексту, основних цілей повідомлення та цільової аудиторії. До філологічної відносять *міжкультурну* (вміння здійснювати переклад відповідно до соціально-культурних норм спілкування) та *текстотвірну компетенції* (здатність підбирати

еквіваленти в перекладі відповідно до комунікативних завдань та контексту). Для виконання якісного художнього перекладу недостатньо вільно володіти іноземною мовою: перекладач має відчувати текст оригіналу та здійснити переклад таким чином, щоб людина з іншим менталітетом відчула на своїй мові саме те, що хотів вкласти у свої рядки автор літературного твору [2, с. 222]. Таким чином, перекладаючи прозові твори або поезію, майбутній фахівець вчиться адаптувати текст до культури, соціальних норм та стилістичних особливостей. Така навичка необхідна під час перекладу текстів з будь-яких інших галузей: навіть економічний, політичний чи науково-технічний твір вимагає повного заглиблення у контекст.

Індивідуально-психологічна компетенція передбачає формування певних характеристик, на кшталт вміння переключати увагу, концентруватися, постійно розширювати коло своїх інтересів та сфери знань, а також усвідомлення морально-етичної відповідальності за якість виконаного перекладу. Як відомо, здійснення художнього перекладу – це відповідальна творча місія, спрямована на роз'яснення ключових ідей автора та популяризацію твору, адже саме переклад визначає ступінь розуміння цільовою аудиторією готового витвору та стає причиною позитивних чи негативних відгуків у бік автора.

Перекладацька компетенція включає ряд практичних навичок (базова, предметна, стратегічна та прагматична компетенції), котрі також розвиває художній переклад. До прикладу, перекладаючи поетичний твір, фахівець повинен визначити стратегію подальших дій: з'ясувати основну ідею, передану автором, ключові символи й порівняння, на яких побудована стилістика твору, віршовий розмір і тип римування та лише потім братися за втілення свого плану. Маємо визнати: неможливо перекласти кожен образ, вираз чи фразеологізм; для цього вірш доведеться змінити на прозу, а всі художні елементи перетворити на теоретичне пояснення кожного з них, тим самим зруйнувавши художній твір як такий. Саме тому перекладач вчиться опускати певні лексичні одиниці та передавати лише ключові ідеї, завдяки яким читач зрозуміє задум автора навіть без прочитання оригіналу. Отже, художній переклад в поданому прикладі розвиває *стратегічну та прагматичну компетенції* майбутнього спеціаліста.

Художній переклад передбачає роботу з різними видами творів, опрацювання кожного з яких залишає особливий відбиток на компетенції майбутнього фахівця.

Переклад **прозової літератури** (*романи, повісті, оповідання, новели, епопеї, есе, казки тощо*) розвиває всебічну обізнаність (адже у таких творах автори здебільшого торкаються різнобічних політичних, соціальних, мистецьких, наукових та інших тематик, які переплітаються з художнім описом сюжету); вміння заглиблюватися у контекст твору та працювати в жорстких рамках жанрових чи тематичних особливостей (до прикладу, стилі написання казки, новели й повісті мають унікальні ознаки, втрата яких під час перекладу спотворить оригінал та кардинально змінить дискурс).

Перекладаючи **поезію**, фахівець вчиться відсіювати другорядні символи та розкривати лише ключову суть твору; передавати особливості фонетичного складу мови оригіналу (під час перекладу віршованих творів ритм слугує одним із ключових факторів розуміння ідеї автора читачем; до того ж, використання фонетичних художніх засобів (на кшталт алітерації чи асонансу) визначає ступінь заглибленості читача у твір, а віршований розмір навіть здатен зробити праці автора впізнаваними і притаманними його стилю).

Переклад **драматургії** (*сценарії театральних вистав чи кіносценарії*) навчає підбирати еквіваленти мови перекладу у відповідності до часового проміжку, у якому ведеться оповідь (використання таких перекладацьких трансформацій, як модернізація чи архаїзація), стилю мовлення (вживання сленгу, жаргонізмів, евфемізмів тощо), регіональних особливостей (переклад діалектизмів) та ін. Наприклад, переклад п'єси з описом подій 18 століття вимагає вживання відповідної лексики та знання конкретних історичних і соціальних подій та явищ тієї доби; переклад сценарію фільму про підлітків – використання сленгових виразів, неологізмів та розмовних конструкцій і т. д.

Працюючи з **телевізійними форматами** (*рекламні ролики й лозунги, серіали, телешоу*), перекладач вчиться коректно передавати сталі вирази, фразеологічні й ідіоматичні одиниці мови, зберігати гру слів та гумор мовця. Сценарій розважального шоу передбачає відповідний переклад жартів, іронії чи анекдотів, навіть якщо доведеться повністю змінити їхній сюжет, передавши слухачам лише суть.

Отже, практика перекладу художніх творів неодмінно залишає відбиток на компетенції майбутніх фахівців: перекладачі глибше пізнають мови оригіналу й перекладу, вчать ся занурюватися в

контекст, розширюють свої знання й навички, внаслідок чого вдається вдосконалити переклад текстів різноманітних тематик.

1. Сімкова І. О. Особливості формування фахової компетенції в майбутніх перекладачів. *Наука і освіта*. 2013. № 3. С. 165–168. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/12193/1/Symkova.pdf> (дата звернення: 24.10.2022).
2. Козак Т. Б. Особливості художнього перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. Серія «Філологічна», № 51. С. 221–223. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/4656/1/85.pdf> (дата звернення: 27.10.2022).

SPEECH LENGTHENSING AND SHORTENING DURING TRANSLATION

Anjela Kuganova Alimardonovna
(*Chirchik State Pedagogical University,*
Chirchik, Uzbekistan)
Scientific supervisor – Asiljonova Shohsanam Doniyorovna

The lengthening and shortening of speech throughout the translation process, the amount of speech that can be shortened during simultaneous interpretation, and the fundamentals of figurative language translation theory are all covered in this article.

A translator must possess a great understanding of the language he is translating as well as a perfect understanding of the language's structure. At this point, the translator needs to be well-versed in both languages in order to achieve equivalency in the target language because failure to understand the lengthening and shortening rules of both languages results in translations that are illogical and incomprehensible. The urge for literal translation should be avoided by the translator because it would alter the original meaning and ruin the elegance of the language. This is a crucial point, and the translation may have given some readers a different interpretation. The translator must employ common speaking patterns. The translator must retain the target terms and choose clear translations. Electronic translation tools should also be able to streamline translation for a particular user. Due to all of these factors, translation is a difficult undertaking. When translating literary works, the quality of the translation

should be carefully evaluated, and in the future, more intelligent electronic translators should be used. Adequacy in literary translation is hampered by both linguistic and extralinguistic factors, according to Beridze, a professor at Khatuna Batumi State University's Department of Translation Theory and Practice. Although the expressive-emotional and semantic information in a text are essentially dissimilar, they do share one characteristic: both can convey extralinguistic information. Extralinguistic material frequently presents translators with difficulties since it creates a lingo-ethnic barrier when translating literature; a failure to comprehend or interpret extralinguistic media may include:

Around the 1960s, scholars started to become more interested in simultaneous translation. Since simultaneous interpreting has caught the interest of both linguists and psycholinguists, research on simultaneous interpreting has been performed concurrently with psycholinguistic research. The simultaneous translation aspect of the abbreviation method received special consideration. Many researchers have looked at this area. Notable among them are the works of G. V. Chernov, I. A. Zimnyaya, A. F. Shirayev, A. D. Schweizer, V. A. Artemov, and I. V. Gurin. Ilyukhin separated the idea of simultaneous translation strategy into two categories and characterized it as "a means of executing the task of translation": Time-related simultaneous translation techniques and simultaneous translation techniques governed by constant variables. He categorized the simultaneous interpretation strategies conditioned by constant parameters and included the speech reduction strategy—the subject of our study. It is challenging to assert that everybody who has learned a foreign language may develop the abilities required to properly complete simultaneous interpretation. However, unlike in a written translation, the conditions of simultaneous translation do not provide the translator complete freedom to express the source material. For instance, when the speaker speaks quickly, the translator is compelled to condense the source material.

According to F. Shirayev, the process of shortening the text was influenced by a number of factors. First, when translating from one language to another, the text size grows. For instance, when all adjustments are made to an English to English written translation, the number of syllables increases by 1.5 times, however when no edits are made to an oral interpretation, the number of syllables grows by 2 times. Therefore, if the speaker's voice is speaking at a fast or medium speed, it is impossible to finish the translation without condensing the text.

Second, in order to correctly translate our text, the translator needs take very brief breaks. If not, the translator can overlook crucial information. Therefore, without a brief stop during translation, the translator runs the danger of losing a crucial passage from the original text. Thirdly, if the speaker's speech is speaking at a rapid pace, the translator may make mistakes as they switch from the source language to the target language without properly using the linguistic mechanisms. In order to reduce the quantity of the source text, the constraints of simultaneous translation, especially if the speakers' speech rates are fast or average, force the translator to apply linguistic alteration of the message.

The translator successfully and effectively reduces text using a reduction method. Reduction approach is used when a translator reduces the amount of syllables while still adhering to the specified communication aim. Reduction is the process of only maintaining the data needed for the current communication requirements and throwing away the remainder. Every simultaneous interpretation process involves some kind of information reduction.

First and foremost, this is based on the unique characteristics of the language system and those of simultaneous translation as a subfield of translation. Accordingly, compression is a phenomena that results from the rules of linguistic and psycholinguistic statement transmission. He stresses that semantically irrelevant information will inevitably be lost during decoding and recoding procedures while communicatively significant information will be kept. It is normal to minimize data transmission by up to 60% in a monolingual setting. When repetitious and unusual material is found in the source text, a shortening tactic may be used. According to A. D. Schweizer, duplicate material can be removed from a statement to make it shorter. In the context of the circumstance and communication, he believes that the additional details stated here are praiseworthy. It is well known that the structural differences across languages present the translator with additional challenges when translating. The verb position is at the end of the sentence in three of the top ten languages used by simultaneous interpreters (English, German, Arabic, Russian, Chinese, French, Italian, Japanese, Portuguese, Spanish). Arabic, on the other hand, typically has its verb at the beginning of the sentence. Due to the verb being at the conclusion of the phrase in Kazakh, this fact makes translation problematic. Therefore, the fundamental building blocks of translation transformation are the inherent lexical and syntactic characteristics of linguistic systems. Translation, according to Barkhudarov, is the "changing or reformatting of

a text in one language into another." From this vantage point, a text's decrease in syllable count or translation into another language might likewise be considered a reduction mechanism. Abbreviation can be done more skillfully by utilizing a variety of lexical-semantic and grammatical alteration techniques and strategies.

We'd like to clarify that simultaneous translation is a particular kind of translation carried out in a unique circumstance. Lack of time, psychological pressure, and non-compliance with the conditions of word development in the source language and translation language are some of its distinctive characteristics. 20 to 30 minutes is the ideal amount of time for simultaneous translation. The translator becomes fatigued and his cognitive activity slows down after this point. When discussing the amount of compression, G.V. According to Chernov, the difference between compressed simultaneous translation and uncompressed written translation can be minimized by 30–37%. However, we prefer the approach of adjusting compression to the speaker's speech rate because if the message is compressed too much yet the speaker's speech pace is low, the translator may have to make extraneous pauses in their performance. possible.

Making meaningful subsets of natural language with various approximations is a pressing issue. The creation of expert systems, e-learning systems, automatic transmission systems, programs that enable user communication, and natural language interfaces are all made much easier by solving this challenge. The issue of software systems failing the Turing test, their inability to recognize the person, and their inability to discriminate between conversations with people and conversations with software systems are the key factors influencing this problem's solution. The invention is based on a multidimensional model of natural language based on the proposed categorization of subsets of relational patterns or generative grammar rules using vectorized semantic classification of words and natural language concepts. The key concept is to conceptualize a generation process as connecting a series of grammatical and lexical spaces in accordance with a set of generative grammatical rules or a subset of a relational pattern. This concept can be used to develop algorithms for developing automatic learning tasks. The works "Methods and tools for constructing semantic structures - a natural language interface of software systems" and "A multidimensional perspective of information on the vocabulary and grammar of the English language" by the author present the following model of meaningful natural language.

The development of several linguistic tools, including generalization systems, electronic translation systems, expert systems, natural text data extraction systems, etc., should follow this methodology. Let's examine some guidelines for artistically interpreting a challenging literary piece using machine interpretation of semantic noise. Translation theory recognizes that different languages encode meaning in different ways while assisting translators in finding appropriate ways to preserve meaning using the most appropriate forms of each language. Translation theory is based on a strong understanding of how languages function. The principles of translating figurative language, addressing lexical inconsistencies, dealing with rhetorical questions, introducing coherence, and many other important topics for good translation are all covered by translation theory and fall under the lexical, grammatical, morphological, and phonetic categories. As a multilevel tool for constructing a compression tree, multidimensional data presentation.

1. Alimova K. T. "Guide-interpreter and the importance of rhetoric" // With proceedings of the II international scientific and practical conference "education and science of today: intersectoral issues and development of sciences" October 29, 2021 Cambridge.
2. Akhmedova N., G. I. Ergasheva// Corpus-based translation studies. Proceedings of the international scientific-practical conference on theoretical and practical issues of creating Uzbek national and educational corpora – Tashkent. May 7, 2021.
3. Rakhmonov A. B. Formirovanie issledovatel'skikh umeniy budushchikh pedagogov v nauchno-proektnoy deyatelnosti // Sovremennoe obrazovanie (Uzbekistan). – 2020.
4. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
5. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-668.
6. Gazieva, S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
7. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.

8. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
9. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

LEXICAL TRANSLATION PROBLEMS

Anjela Kuganova Alimardonovna
(Chirchik State Pedagogical University,
Chirchik, Uzbekistan)

This article discusses lexical issues with translation, different compatibility levels, lexical alternatives, the translation of polysemous terms, and linguistic meaning theory.

Complete compatibility its one type of:

- complete compatibility
- partial compatibility
- incompatibility

Alternatives' meanings frequently depend on their context, but it's also crucial to use a dictionary. It is not permitted to roughly translate the meaning of the original language. The word and its meaning must be well-known to the translator, or they must be found in a dictionary. If not, the translator will unavoidably fall victim to "fake friends of the translator" trap.

As we mentioned earlier, it is frequently difficult to translate a word when there is only a partial equivalent. These terms are frequently regarded as polysemantic, i.e., having numerous meanings. The translator's initial step is to ascertain the word meaning that is being utilized. The translator is wrong in this regard. Context is a linguistic phenomena that guards against poor word choice. There are typically two categories of context in linguistics: linguistic and extralinguistic. The two categories of linguistic context are broad and narrow contexts. A phrase, a sentence, a context that is greater than a phrase, and an entire text can all be considered contexts. The majority of the time, a word's definition is limited to a single context. Words that are used literally and words that are used figuratively each have

unique translational traits. When the terms are not utilized literally, or in context, a translation issue occurs. In some instances, we must comprehend the entirety of a sentence in order to properly comprehend its meaning. Consider the word "bus" in English. In the noun sense, this word is a contraction of "bus or trolleybus," and in the verb sense, it only has the meaning "to move children from one location to another by bus" in America and Canada. In the student kitchen, this term is also used on signs and means "self-service, i.e. take the tray and take it away with empty dishes after using it."

There are times when extralinguistic elements are intimately tied to the linguistic situation. It emerges when the word's meaning cannot be fully understood from its linguistic context. According to one of Bernard Shaw's characters, for instance, "He urges his interlocutor not to drive him too far, it is vital to know that they are both seated in the parlor and not in any car." Here, the word "drive" is used in the sense of placing something into a situation. The linguistic context may not always be helpful in determining the meaning of neologisms. A neologism, or new word or phrase, is created when an old word acquires a new meaning that is not included in the dictionary. This word may not have an equivalent in the translated language. For instance, in US publications during the 1980s of the 20th century, the name "Reagagate" was employed. It is necessary to be familiar with the "Watergate" political scandal from 1972–1974 in order to comprehend the meaning of this word. This scandal was connected to the name of a neighborhood in Washington. The phrase "Reagagate," which was recently coined, was used to describe the facts surrounding US President Ronald Reagan's political management of the nation. To comprehend the meaning of this word, consider its extralinguistic context. Reagagate is a strategy that was employed by both Nixon and Ronald Reagan throughout the campaign.

In summary, a term's context analysis is the first step in the translation process since it enables the choice of an appropriate replacement word. The source language, or the original meaning of the word used, can be revealed using various situations. difficulty with word choice, mostly. It happens when a word from the translated language that is only a partial substitute to the original word and when the original word itself does not exist. There are many issues with translating terms that don't have a replacement. The ability to effectively solve these issues calls for the translator to have in-depth understanding, aptitude, and sound knowledge of translation techniques.

Usually there are no issues with translating free compounds. It will be challenging to give a term in translation if it still has a figurative meaning in the free combination. There are various expression categories in English, and each one calls for a particular method of translation. Adjective + noun combinations are the initial kind of word combination. They have significantly diverse semantic structures from one another. It establishes the kind and value of the noun that will be used in the compound. If the word "free" in the phrase "free educational institution" in English is unrelated to the word "institution," it means that, in some circumstances, adjectives can communicate notions linked to the noun in addition to its attributes and qualities. Another illustration. Translations of "a medical man" and "a hefty person" cannot be made in the same way. The Uzbek equivalent of "a stout person" is "a stout or fat person". The direct translation of the English term "a medical man" into Uzbek is incorrect. Here, a single notion is expressed by two words, which are translated as "doctor." There are numerous such combinations in the Uzbek language that all convey the same meaning. For instance, "wall clock," "mountain sheep," and so forth. One noun may also be defined by a number of adjectives in some circumstances. There could perhaps be a noun here. For instance, "key to the inner house" and "iron woman."

Another characteristic of English sentences is the omission of the adjective that defines the noun. Let's use the term "dry pruning" as an example. This expression literally means "dry bush." The phrase's meaning alludes to tree pruning that is carried out when the branches are completely dry.

The semantic and structural characteristics of word combinations must be considered during translation. First and first, it is advised to translate the noun since it defines itself and conveys the majority of the sentence's meaning regardless of the definition that is provided. The translator's next duty is to break up the sentence's meaning into groups. The type of grammatical relationships between the noun and the adjective are decided upon once the meaning group of the sentence has been separated. If the sentence is translated from English to Uzbek, it is based on Uzbek grammar rules, and vice versa, if the sentence is translated from Uzbek to English, then English is translated based on language grammar norms. The words and words that come before the noun determine it. Most of the time, the order of free combinations in both Uzbek and English can be identical.

Lexical transformations, their definition, and types.

Lexical substitution in the translation

Types of meaning in translation and the standards for maintaining them:

1. Translation of ambiguous words.
2. Clarification (Concretization).
3. Generalization (Generalization.)
4. Antonymal translation.
5. Replacement (Compensation),
6. dropping,
- 7 replacement.

The lexical issues of translation can be greatly helped by bilingual dictionaries. However, dictionaries often only list the word nia'na's variants. A dictionary works with components of two language systems, therefore no matter how accurate it is, it cannot capture all word meanings or intricacies of meaning. Voice, or more precisely the text that results from speech, is more crucial for translation than linguistic constructions. The translator must use the context to identify the meaning of the ambiguous word during translation.

One of the most studied areas in linguistics is the theory of meaning. At the moment, the following language meanings are distinguished:

- Referential (denotative subjectivity) meaning
- Grammatical meaning
- Language is inner meaning
- Pragmatic meaning
- Stylistic meaning
- Phraseological meaning
- Paralinguistic meaning
- Grammatical meaning
- Referential meaning

In other words, when translating, we should pay close attention to lexical alternatives. For instance, if a word with multiple meanings is included in the text we are translating, we will undoubtedly consult a translation dictionary. No matter how flawless this dictionary is, it will never be able to capture all potential meanings or nuanced variations. The translator made mistakes in translating. Depending on the context and the leksik meaning, it is required to determine which meaning of a word with several meanings is being employed. The translated text can only then produce a decent outcome.

1. Literary translation and international relations of Uzbek literature. Samarkand, 1991.
2. Musayev Q. Foundations of translation theory T. 2005
3. Literature and culture of Uzbekistan. 1972.
4. March, M. "The Value of L1 > L2 Translation on Undergraduate Courses in Modern Languages". Proceedings of a Conference held at Hariat-Watt University. Edinburgh. 5-7 Jan.. 1986. In Translation in the Modern Languages Degree . edited by H. Keith and I. Mason 1987.
5. Nida, E. Toward a Science of Translation . Leiden, 1964.
6. Makhmatkulov , K . Gaziyeva, S , & Ashurova ,M .(2020) LANGUAGE INTERFERENCE IN UZBEK AND ENGLISH .
7. Muhammadjonovna , S.D (2020) The development of sociolinguistic competence of future English language teachers through computer technologies . European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences.
8. Ismatullayeva N. Translation issues.- Tashkent , 2013.
9. CATFORD J.C. A Linguistic Theory of Translation. Oxford University Press. –1978
10. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
11. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
12. Gaziyeva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
13. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
14. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
- Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

SUBTITLING AS A SPECIFIC TYPE OF TRANSLATION

Nikolenko A.

(Sumy State University)

Research superior – Ph.D. in Philology, Senior Lecturer Brovkina O.

In a technologically driven multimedia society like the present one, the value of moving images, accompanied by sound and text, is crucial when it comes to engaging in communication. The transition from the paper page to the digital one has brought many substantial changes that have had a great impact not only on how information and messages are produced and transmitted but also on the role played by users and consumers in this new and dynamic mediascape. In our working and personal lives, we are surrounded by screens of all shapes and sizes that become a distinguishing feature of our sociocultural environment. One of the pressing challenges of the present time is the translation of film productions since a significant share of the Ukrainian market is occupied by foreign, primarily Western, film and video products. American and English films and TV series are extremely popular in distribution. The relevance of this article is determined, on the one hand, by a large number of foreign films and TV series freely available, on the other hand, by the low percentage of Ukrainian-speaking viewers who have sufficient knowledge of a foreign language and can understand TV series and films in the originals.

Assessing the quality of a translation is complicated because the translator has to grapple with the many constraints and limitations of the audio-visual medium. The film translation process differs significantly from other types of translation because it takes into account not only lexical and grammatical rules but also the phonetics and cultural specificities of a particular nation.

The most common types of film translation are dubbing, voice-over, and subtitling. These types of translation are a practice constrained by the need to reach synchrony between the linguistic target text (TT) and these additional translational parameters of images and sound as well as time. Subtitling is a specific kind of film translation that is quite complex, but it can also be of great interest to foreign language learners. Subtitling is one of the oldest methods of film translation, as for a long time it was the only form of audiovisual translation available due to technical progress. Subtitling may be defined as a translation practice that consists of presenting written text, generally on the lower part of the screen, that

endeavors to recount the original dialogue of the speakers, as well as the discursive elements that appear in the image (letters, inserts, graffiti, inscriptions, placards, and the like), and the information that is contained on the soundtrack (songs, voices off) [1, c.8]. Subtitling of televised foreign-language material not only changes language; it also switches from the spoken to the written mode, and it presents itself ‘in real-time, as a dynamic text type. Hence, due to the complex, ‘diagonal’ nature of subtitling, the subtitler must possess the musical ears of an interpreter, the stylistic sensitivity of a literary translator, the visual acuteness of a film cutter, and the esthetic sense of a book designer.

Two types of subtitles can be distinguished. The first represents the speech of a character in the target language of the film (usually used in films for viewers with disabilities) in order to ensure greater democratic access to audiovisual programming. The verbal content of the actors’ dialogues is turned into written speech, which is presented in subtitles of up to three lines. On television, staff usually change color depending on who is speaking or which words are emphasized in the same subtitle. In addition to dialogue, subtitles include all paralinguistic information that contributes to the plot or creates an atmosphere that a deaf person cannot get from the audio track, such as the irony of a statement, applause, a telephone ringing, laughter, the sound of an engine, a knock on the door, and the like. The second is a translation of the film into a language the viewer understands. In other words, the language spoken by the audience of the film. The study of this issue requires consideration of both film translation in general and film subtitling translation. Bilingual subtitles are produced in geographical areas where two languages are spoken. Another setting where bilingual subtitles are resorted to is in international film festivals in order to attract a wider audience. Yet the most common reason for using this type of subtitles is to meet the demand of the general public to access foreign films and TV series.

All subtitled programs consist of three main components: the spoken word, the image, and the subtitles. The interaction of these three components, along with the viewer’s ability to read both the images and the written text at a certain speed, as well as the actual size of the screen, determine the basic characteristics of the audiovisual medium. Subtitles have to appear synchronously with the image and dialogue, provide a semantically adequate account of the source language (SL) dialogue and remain displayed on screen long enough for the viewers to be able to read them [2, c.9]. The translator's main challenge when preparing text for

subtitling is to achieve an easy perception of subtitles by using the correct subtitle size. It is necessary to use translation transformations because there are two opposing tendencies: the ST is larger than the TT or vice versa. The reasons for this phenomenon include: the Ukrainian language is synthetic, unlike analytical English, which is why there are more syllables in Ukrainian words, and therefore the text volume is larger; in English, complete sentences are common, even in colloquial speech, whereas in Ukrainian, incomplete sentences and ellipsis are used. Therefore, the text of the translation can turn out to be shorter than the original. When preparing a text, it is necessary to adapt it at different levels, so that the TT replaces the ST, thus creating the illusion that the audio-visual text was initially created in the target language.

In a conclusion, one should mention that subtitles have become one of the most popular types of translation in today's film industry. This kind of translation preserves the artistic value of the film, making it possible to appreciate the real voice, mannerisms, and intonations of an actor. Beyond the quality of the subtitling is the delicate and scrupulous work of skilled translators. The translators face the same problems in translating subtitles as they do in standard texts. However, when working with subtitles, a challenge for the translator is the stylistic features of the script as well as the difference in linguistic worldviews between the speakers of the source language and the target language. Therefore, one of the most acute problems for the translator is the equivalence and adequacy of the translation.

1. J. D. Cintas, A. Remael *Audiovisual Translation: Subtitling*. London, 2007. 284 c.
2. J. D. Cintas, A. Remael *Subtitling: Concepts and Practices*. London, 2020. 292 c.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ

Пірог В. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.

Переклад є відтворенням оригіналу іншомовними засобами через збереження цілісності змісту і форми. Така цілісність досягається завдяки відтворенню ідейного змісту оригіналу за притаманного для нього стилістичного характеру на іншій мовній основі. Шлях до досягнення такої єдності не проходить через виявлення формальних відповідників. Зіставлення засобів різних мов, навіть найбільш віддалених, уможлиблюється лише завдяки зіставленню функцій, які виконують різні мовні засоби. Звідси, точність перекладу полягає у функціональній, а не формальній відповідності оригіналу [2].

Варто зазначити, що будь-який текст уможлиблюється розглядати як текст, утім, не будь-який текст є дискурсом. До того ж поняття «дискурс», якщо висвітлювати його в більш розгорнутому плані, а саме міждисциплінарному, тоді варто говорити не лише власне про текст, а і про його адресата. Вагомим параметром адекватного художнього перекладу є сприйняття перекладу людьми іншої культури у такій мірі, як сприймає оригінал людина вихідної культури.

Базовим складником перекладацького процесу є використання лексичних та граматичних трансформацій. До лексичних трансформацій належить транскрипція, транслітерація, калькування, конкретизація, генералізація, модуляція або значеннєвий розвиток та антонімічний переклад. Лексичні трансформації застосовуються тоді, коли словникові відповідники того чи іншого слова мови оригіналу унеможлиблюється використати у перекладі з причин невідповідності з точки зору значення і контексту [1, с. 45]. До граматичних трансформацій належить членування речення, об'єднання речень та граматичні заміни. У процесі перекладу текстів художнього дискурсу виникають граматичні труднощі, приміром, українська мова та англійська мова належать до різних мовних груп, що й спричиняє труднощі в перекладі граматичних конструкцій.

Отже, прерогативною проблемою художнього перекладу є співвідношення інформації автор – перекладач. До того ж виникають

труднощі з відтворенням бажаного емоційного впливу на читача. Також задля ефективного перекладу текстів художнього дискурсу, перекладачеві варто не лише активізувати мисленнєву діяльність, а й стимулювати креативне мислення, основною функцією якого є відтворення навколишньої дійсності через творчу діяльність.

1. Карабан В. І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську мову. Вінниця : НОВА КНИГА, 2003. 608 с.
2. Переклад. URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/>

СОЦІОЛІНГВАЛЬНІ ТА ПРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ ВЖИВАННЯ СЛЕНГУ У АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ

Серова Н. Г.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ущановська І. В.

Люди часто використовують неформальну мову в повсякденному житті, і сленг є однією з мов, які часто можна почути у повсякденному мовленні. Не тільки в розмові, вони існують і в піснях. Сленг класифікується на дванадцять видів. Сленг є поширеним видом слів, за допомогою яких більшість виконавців використовують їх у своїх піснях.

Сленг є різновидом мови, що використовується в неформальних ситуаціях, наприклад, у барі, на вечірці, під час прослуховування пісень, під час тусовки, по телефону з друзями. Це тип мови, який є недоречним в офіційних ситуаціях, особлива форма мови, яку дуже важко вивчити, незважаючи на її об'єктивне існування, з огляду на те, що це явище не усталене в часі, мобільне та мінливе. Сьогодні, коли величезну роль у появі нових слів відіграють засоби масової інформації, як-то: телебачення, радіомовлення, преса, сленг витісняє респектабельну мову і завдяки масовій культурі накладає свої друкарські помилки на мову всієї нації [1].

Сленг доречно розглядати як об'єкт соціолінгвістики, оскільки саме вона вивчає взаємозв'язок між мовою та суспільством. Соціолінгвістика досліджує взаємозв'язок між мовою і контекстом, в якому вона використовується, тобто пояснює, чому ми, люди, говоримо по-різному в різних соціальних контекстах [1].

Кількість сленгу в англомовних піснях така велика, що іноді важко відрізнити сленг від звичайних англійських слів. Слово, яке в словнику має одне значення, може використовуватися у протилежному у ролі сленгу. Сленгізми, за версією Н. В. Глушук, – це часто вживані лексичні одиниці, що потрапляють у мовлення та яким притаманний інноваційний потенціал [2]. Варто розглянути приклади їхнього використання.

Для аналіз сленгізмів обрана пісня “*That's what I like*” Бруно Марса, яка налічує 12 сленгів, серед яких:

Hatnin'

З речення “*Baby girl, what's hatnin'?*”, *Hatnin'* є сленгом і є дієсловом у теперішньому часі. *Hatnin'* – це слово, яке використовується як заміник слова *happening*, тобто означає те, що відбувається, відбувається або відбуватиметься.

Gon'

Від фрази “*So gon'*”, *gon'* означає “збиратися”. *Gon'* - це слово для людей, які лінуються сказати “збираюся”.

Gonna

З речення “*And I'm gonna give it to you*”, *gonna* означає «йти до цього», коли спроба зробити це означає половинчате зусилля, зазвичай, спроба не робити щось, роблячи вигляд, що ви намагаєтеся це зробити.

Ain't

З речення “*I promise that your smile ain't gonna never leave*”, *ain't* означає “*not, are not, am not, do*” not або “*does not*”.

Таким чином, фактично відбулися або продовжують відбуватися мовні зміни. В результаті таких суспільних змін вживання цих слів стало більш популярним, практично всі підлітки розуміють їхнє значення та використовують їх у соціальному житті. Отже розуміння сленгу в музиці є надзвичайно важливим. Автор обирає саме ту фразу, яка може відобразити емоції та передати історію, що стоїть за цією піснею. Як правило, використовується саме сленг, щоб донести своє послання в пісні.

1. Hirim R. An analysis of slang language in song's lyric, 2018.
2. Тимошенко Т. І. Лексичні особливості англійського молодіжного сленгу (на прикладі неформальних висловлювань американських студентів). URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/11081/1/T_Tymoshenko_VPIP_11_GI.pdf (дата звернення: 05.11.2022)

FEATURES OF ADVERTISEMENT TRANSLATIONS AND CASES WHEN ADVERTISING TEXTS TRANSLATION IS REQUIRED

Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li
(Chirchik State Pedagogical University,
Chirchik, Uzbekistan)

Translation of advertising materials is necessary when a company enters foreign sales markets, and for foreign partners and investors. The translation will also be needed if the target audience is made up of migrants from other countries.

Localization and Adaptation of Promotion Materials Translation - localization of advertising materials translation generally represents the adaptation of the articles content to the mental features, culture preferences, folk customs, psychology and social component for the target audience of the translation. Therefore, for the successful accomplishment of the magazine translation order, the translator has to be qualified in the sphere of marketing, and it is desirable to be the native speaker.

Frequently, the translation differs from the original, part of the information eliminates during the translation. For the maximum increase in efficiency, the translator can independently make the advertising text, relying on the idea of the original, as the main objective of promotional products is to state material intelligibly, reasonably, concisely, briefly and brightly.

For the appropriate choice of translation style, it is necessary to consider the type of promotional products (the banners translation strongly differ from the translation of an article in media) and the advertisement purpose. Localization also means the translation of the text on graphic materials and symbolics.

In case the promoting product or service is mass, at the translation it is necessary to use the general lexicon whereas at highly specialized it is necessary to apply relevant terminology.

Linguistic Features of Advertising Texts Translation - key linguistic parameter at translating advertisement is the figurativeness and creative approach. For this purpose the following language techniques are used:

- an associative array at the selection of heading or slogan;
- polysemy of words or phrases;
- low-frequent, stylistically and emotionally charged words;
- idioms and sayings adapted to target language;

- quotes, abbreviations, repetitions, metaphors, catchphrases, allegories, comparisons, alliterations, etc.;
- verbal combinations in an imperative mood, adverbs and adjectives, personal and possessive pronouns;
- nominative sentences;

new lexemes consisting of the remade parts of words of the target language. It isn't welcomed to excessively overloading the text with these means.

Mistakes at the Advertisement Translation - it is necessary to control the semantic component of the translation strictly. Otherwise, the following mistakes are possible:

- inappropriate tracing-paper from a foreign language;
- incorrect interpretation of the name of a brand.

For instance, the Clairol company came to grief in the German market at the expense of a double word meaning of Mist («fog» and «manure») included in the slogan for a new line of deodorants.

Requirements to the Translator - the advertisement translation has to be carried out by certified specialists or authors with vast experience in the field of linguistics and marketing. A website represents more than the translators exchange on a competitive basis. It provides the unique opportunity to conduct the ruled auction: preliminary testing, cross assessment by potential authors the works of the other applicants, ranging the results of the tests according to the points gained by "blind" assessment. The conditions allow the customer to choose the option, which is the most suitable for his requirements in compliance with the ratio suggested price – points of the general rating.

When dealing with advertising, the “traditional” parameters used to evaluate a translation do not apply. Something more creative is required – and despite it frequently being far from “faithful” to the source text, transcreation more often than not proves to be the right approach. The ultimate goal – what really matters – is whether your campaign is successful commercially or not, and this is determined by how effectively you manage to adapt your message to the target audience. This is how advertisement translation should be assessed, and it is what we always strive for here at Creative Translation.

Different types of translation present different challenges. While technical translation is concerned with precision and precise terminology, marketing translation is a different story. Translating advertisements entails concentrating on the message rather than the words alone. When it comes

to advertising translation, taking a literal approach can be a big mistake – not only can it result in a weak campaign, but it can also result in a disastrous one! When translating your campaign if you are attempting to promote your product globally, there are several factors to consider. It is obvious that communicating the same message across all markets is critical, but do you really need to use the same words? If your "literal" translation is fortunate enough not to cause a major disaster (congratulations!), you are still very likely to lose some of the freshness, impact, and, consequently, overall effect when you place too much emphasis on the words. Effective straplines employ a variety of techniques, including but not limited to metaphors, idioms, humour, and alliteration. These are frequently difficult to translate into another language, resulting in something that the reader immediately recognizes as a translation. Needless to say, this is not the desired result!

Localization is the process of adapting content to the characteristics of a specific location. This entails a dual translation and localization process: (a) translating the content and then (b) localizing it to the specific characteristics of the location. Consider translating advertisements for the Latin American market (from English into Spanish). Sure, the advertisement must first be translated. The tricky part then begins. It is simply insufficient to have a standard translation. Following translation, it is critical to localize the content for use in the target market. If the translated ad is going to Peru, for example, it must either (i) be translated into some sort of neutral Spanish (think Mexico City neutral) or (ii) be fully localized into "Peruvian Spanish". Such localization would necessitate a focus on the Peruvian accent and jargon. When we get to the translating process, we'll see that the process of localization can be used at various points. It can be done during the translation process, or after everything is finished, a translator may choose to go over the text again and localize it.

Because the translated advertisement is intended for the target audience, their habits and customs, likes and dislikes, and even religion and psychology should all be taken into account during the translation process. An advertisement must not hurt the feelings or arouse the aversion of the addressees in order to be accepted. Because advertisements are typically written for readers in the source culture, they may offend target readers if translated literally, even if the original text functions well in the source culture. The primary function of any advertisement is to persuade, and in order to achieve this goal, advertisers must be aware of the devices that have a persuasive impact on potential customers and use them

appropriately. Different target markets, as well as different cultures, will respond to different marketing techniques when manufacturers take their products overseas. According to translation theorists, translating advertising texts should result in an advertisement that can function as an original in the target culture.

1. Aziza Vohid qizi Pirmatova, "COMPUTER-AIDED INSTRUCTION IN VOCABULARY TEACHING FOR SECONDARY SCHOOL LEARNERS" Academic research in educational sciences, vol. 2, no. CSPI conference 2, 2021, pp. 226-229
2. Asiljonova, S. D., Qodirqulova, S. O., Bobojonova, M. D., & Sa'dullayeva, S. A. (2022). TARJIMANING 3 XIL TILDA: O'ZBEK, RUS, INGLIZ TILLARIDAGI FRAZEOLOGIK MUAMMOLARI. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(4), 292-295.
3. Kobayakova I. K. Going parallel: using earlier translations as background for facilitating re-translation technique // 4th International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (COLINS 2020). Lviv, Ukraine, April 23-24, 2020. - Vol. 2604, P.249-258
4. Швачко С. О. Квантитативні одиниці англійської мови: Перекладацькі аспекти / Швачко С.О. // Посібник. – Вінниця: Изд-во Нова книга, 2008. – 128 с.
5. Gazieva S. T. READING IS THE RECEPTIVE SIDE OF WRITING //Academic research in educational sciences. – 2021. – Т. 2. – №. 5. – С. 1564-1570.
6. Gazieva S. T. Modern technology in learning foreign languages //Academic research in educational sciences. – 2020. – №. 3. – С. 1272-1275.
7. Kobilova N. R. (2021) DEVELOPING LISTENING COMPREHENSION SKILLS SONGS ON A CLUSTER BASIS Academic Research in Educational Sciences (CSPI CONFERENCE 2)
8. Toliboboeva, S. J. (2020). FEATURES OF THE TRANSLATION OF EMOTIONALLY COLORED VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 1 (3), 1204-1210.
9. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022

ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОГО КІНОДИСКУРСУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЛІНГВОСИНЕРГЕТИКИ

Часовських А. А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.

На сучасному етапі існування людства багатьом притаманна думка, що мовознавці вже все опрацювали і про все дізналися. Зараз важко знайти феномен, який би хоч раз не з'явився на сторінках наукових публікацій. До того ж деякі галузі лінгвістики та перекладознавства, що перебували на піку популярності в минулому столітті, у зв'язку із дослідницьким ажіотажем, були досить детально описані та проаналізовані, тому починають втрачати актуальність з початку ХХІ століття.

Завдання, що постають перед перекладознавцями сучасності, вимагають постійного вдосконалення методик і методів досліджень на засадах досягнень постнекласичного наукового пізнання. Звідси, варто враховувати методологічний потенціал когнітивної лінгвістики, психолінгвістики, нейролінгвістики, психосемантики, культурологічної лінгвістики та інших наук, що з'явилися на рубежі століть. Зацікавленість вчених-лінгвістів когнітивним вивченням мовної системи та мовленнєвої діяльності індивідів дозволяє проаналізувати зв'язки між мовою та мисленням, мовою та культурою, а також уможлиблює розглянути лінгвістичні феномени не лише як інструмент пізнання світу, але і як механізм зберігання та передачі знань щодо останнього.

Утім, сучасні дослідники однакостайні в думці, що лінгвістика на новітньому етапі розвитку потребує нової парадигми, оскільки аспекти мовної структури існують не окремо, а пов'язані між собою і залежать від мовленнєвої діяльності індивідів. Звідси, видається доцільним звернутися до лінгвосинергетики, яка, не заперечуючи системної організації мови, доповнює її постулатами про відкритість, нелінійність, самоорганізованість та динамічність.

Українська дослідниця Т. І. Домброван висвітлює концептуально-методологічний фундамент лінгвосинергетики у таких базових компонентах, як: філософія, лінгвістика та синергетика [1, с. 33–35], що уможлиблює говорити про лінгвосинергетику як поєднання принципів гуманітарних і природничих наук задля

забезпечення цілісного глибинного дослідження будь-яких мовних явищ та процесів.

Розглянемо, приміром, кінодискурс. У перекладознавстві це одна з найцікавіших тем для дослідження як серед молодих учених, так і серед більш досвідчених представників наукової спільноти.

Сьогодні кожен переглядає кінофільми, а отже існує попит на переклад. Утім, відтворення кінотексту з однієї мови на іншу – завдання не з простих. Перекладач стикається із низкою труднощів, що викликані екстралінгвальною природою знань і уявлень, представлених у кінокартинах. Більше того процес перекладу ускладнюється не лише наявністю лінгвістичних та культурологічних розбіжностей, а й проблемами технічного характеру, до яких можна віднести синхронне відтворення артикуляції акторів та реплік дублерів.

Отже, для того, щоб адекватно відтворити смисл кінофільму, перекладач має звертати увагу не лише на мовний фактор, але й приховані смисли, посилання на відомі твори мистецтва, авторське уявлення світу, специфіку психологічних станів героїв, філософську ідею, правильну мелодику діалогів тощо.

Лінгвосинергетика як міждисциплінарний вектор вивчення мови дозволить дослідникам переосмислити кіно дискурс з позицій нового напрямку, і тим самим відкриє нову царину знань у дослідженнях кінодискурсу. Саме тому аналіз перекладу кінофільмів через призму лінгвосинергетичної наукової парадигми становить неабиякий інтерес для подальших перекладознавчих студій.

1. Піхтовнікова Л. С., Домброван Т. І., Єнікєєва С. М., Семенець О. О. Лінгосинергетика. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. С. 33–35.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ СУРЖИКУ В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ

Щербак А. Ю.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник — канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

Мову небезпідставно порівнюють з живим організмом, котрий постійно розвивається й змінюється. Цілком логічним є той факт, що в межах певної країни одна й та ж мова не буде звучати однаково. В

окремих районах України, переважно в прикордонні, під впливом інших мов та історичних подій сформувалося таке явище, як суржик. Переважно він з'являється в усному мовленні, у побутовій сфері життя суспільства. Великий тлумачний словник сучасної української мови дає наступне визначення даного явища: «Елементи двох або кількох мов, об'єднані штучно, без додержання норм літературної мови; нечиста мова» [1, 1416]. Саме зважаючи на таку штучність і неприродність велика кількість дослідників і мовознавців дотримуються думки, що суржик є негативним явищем, іноді навіть вдаються до вкрай грубих конотацій. Однак не можна відкидати свідчення, що водночас він є унікальним соціокультурним феноменом. У даній роботі ми не будемо давати власну оцінку цьому явищу, а лише приймемо факт його існування й наявність труднощів, пов'язаних з перекладом.

На сучасному етапі розвитку української художньої літератури використання суржиків і суржикізмів не є поодиноким. Яскравим прикладом може слугувати творчість українського письменника Сергія Жадана, зокрема його роман «Ворошиловград» 2010 року. І в самому творі, і в його пізнішій екранізації (художній фільм «Дике поле», режисер Ярослав Лодигін, 2018 р.) можна легко прослідкувати вживання персонажами не лише української чи російської мов, а й їх комбінації, що вкотре підкреслює індивідуальність персонажів і місцевість, де розгортаються події, а саме Донбас. Ще один помітний митець, котрий використовує суржик як компонент власних творів, це Лесь Подерв'янський. Характерною рисою його літературної діяльності є використання суржиків у поєднанні з ненормативною лексикою, що надає певного колориту.

Українська література поступово виходить на світовий рівень, твори вітчизняних письменників і поетів перекладають різними мовами, що несе позитивні наслідки, оскільки наша культура отримує гідну репрезентацію. І якщо проза й поезія, написані загальнозживаною лексикою, достатньо легко перекладаються, то використання ненормованої лексики, до якої відноситься й суржик, значно ускладнює завдання перекладача. Необхідно правильно обрати стратегію для того, щоб найбільш вдало передати всю повноту написаного в оригіналі мовою перекладу.

Українська науковиця Шум О. В., проводячи власні дослідження й посилаючись на закордонних колег, зазначає, що є декілька варіантів відтворення ненормованої лексики в іншомовному

тексті, серед яких присутні стандартизація, компіляція, локалізація понять, використання вигаданого чи реального існуючого діалекту в мові перекладу [2, 325]. На нашу думку, найпростішим і водночас найневдалішим способом перекладу є стандартизація. При використанні даного прийому ігнорується та втрачається та родзинка, яку вкладає автор оригіналу в те чи інше слово чи словосполучення. Наведемо наступний (авторський) приклад: *Славко поспіхом крикнув: «Виключай світ!»* — *Slavko hastily shouted: “Turn off the light!”* У поданому випадку було передано загальний сенс, але емоційне забарвлення повністю втрачено. А втім, цей метод не варто відкидати, оскільки іноді неможливо точно відтворити оригінал засобами іншої мовної системи. І, навпаки, використання реального діалекту найбільш детально передасть ненормовану лексику, котру використав автор вихідного тексту. Наведемо наступний приклад: *Я нічого не розумію* — *I don't understand nothing*. З граматичної точки зору речення побудовано неправильно, оскільки для англійської мови подвійне заперечення не є характерним. Проте для валлійської це цілком нормально. У загальному контексті в перекладі одразу стає зрозуміло, що персонаж говорить з відмінностями, котрі зумовлені тими чи іншими причинами.

Загалом питання перекладу ненормованої лексики й проблеми, що виникають протягом цього, на сьогодні все ще залишається актуальним. Подана тема варта подальших ґрунтовних досліджень.

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000 / уклад. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь, 2005. 1728 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000989> (дата звернення: 21.10.2022).
2. Шум О. В. Особливості відтворення суржику при перекладі (на матеріалі німецькомовних перекладів А.-Г. Горбач). *Науковий вісник Чернівецького університету: Германська філологія*. 2014. № 692-693. С. 324–327. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchnugf_2014_692-693_98 (дата звернення: 21.10.2022).

Секція 5

«МЕТОДОЛОГІЯ Й МЕТОДИКА СУЧАСНИХ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

HOW TO TEACH MOTION VERBS AT PRIMARY SCHOOL

Mashkhura Kuranbayeva

*(Chirchik State Pedagogical University,
Chirchik, Uzbekistan)*

Verbs are especially simple to create engaging lessons where students can move because the definition of a verb is just that something you can do. The first way of teaching through actions related to these verbs. For example, you are going to teach the verb-kick, you can teach it through kicking the ball and it is better doing this kind of activity outside. Anytime you can take students outside their engagement is automatically higher. After discussing verbs, take your students outside and have them play, move, run and notice all the verbs they do outside also there are many more action verbs that they can do such as slide, swing, jump, climb, etc.

The second way is that freeze dance. There's always a way to make freeze dance work for whatever skill you're teaching. The way playing freeze dance when learning verb is you'll put on a song. Students dance around the room until you stop the music. When the music stops, you pull an equity stick or call on a student and they tell a sentence. This sentence can be about anything. Then, the class says the verb in the sentence all together when you count to 3.

All things considered, teaching action verbs will be real interesting and easy if the teacher can find the right way or method to teach. Dynamic verbs are considered as the first levels of teaching new language as a second language. This might be because action verbs tell what the subject of a sentence is doing. Certainly we can think of verbs for actions we completed today. We may have brushed our teeth, put our shoes on, drank our water. Therefore, if such kinds of verbs are taught from everyday life to the young learners, it will be really efficient for both teachers and pupils. Pupils can remember easily and then they can use correctly this word in their speech.

Movement Activities to Teach Verbs

Using Charades to Teach Verbs.

This is a NO PREP activity, which is always appreciated by teachers. Students should congregate on the rug or somewhere where they can all see each other. Select a student to come to the front. They select a verb, such as swim, eat, or sing, and "perform" it. They then select classmates to guess which verb they were performing.

Increase movement by having the rest of the class copy the performer's movement before or after they guess! This activity can be done completely without any materials; however, many small students have difficulty coming up with a verb on their own (especially if they are shy).

Teach Verbs by Taking Them outside (or to the Playground)

When you can take students outside, their engagement automatically increases. After discussing verbs, take your students outside and have them play, move, and run while you observe all of the verbs they use. I like to do this on the playground because they can do so many more action verbs there, such as slide, swing, jump, climb, and so on.

This is yet another activity that requires NO PREP! You can start with a verb discussion, then go outside and have students notice the verbs they can do, then bring them back in and record all of the verbs they did on an anchor chart.

Lesson Extension: Product Verbs - at home, on the playground, at school, at work.

1. Jeremy Harmer The practice of English language teaching
2. T. S. Seifert Easy TEFL guide to teaching English as a foreign language”
3. David Peterson Reading English news on the internet: A guide to connectors, verbs, expressions and vocabulary for the ESL student ”
4. Khamitov Eldorbek Erkin o’g’li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
5. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. . (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
6. Gazieva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
7. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.

8. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
9. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

ЗМІСТОВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕМАРОК У П'ЄСИ ДЖОАН РОУЛІНГ "ГАРРІ ПОТТЕР І ПРОКЛЯТЕ ДИТЯ"

Никоненко І. І.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Смельянова О. В.

Не дивлячись на те, що жанр п'єси існує вже дуже давно, роль ремарки в тексті п'єси змінюється з плином часу. На сьогоднішній день ремарка варта дослідження через її стрімкий ріст значущості у тексті твору та процесі сприйняття інформації. Джоан Роулінг – авторка світового рівня, праці якої відомі майже усюди. Вона стала відомою завдяки її праці "Гаррі Поттер" і зробила вагомий внесок у розвиток жанру фентезі. Нова частина Гаррі Поттера від Джоан Роулінг у співавторстві з Джоном Тіффані та Джеком Торном у вигляді п'єси викликала ажіотаж серед шанувальників цієї історії та привернула увагу критиків, що і зумовлює актуальність дослідження п'єси "Гаррі Поттер і Прокляте Дитя" з лінгвістичної точки зору.

Проблема дослідження змістовно-прагматичного потенціалу ремарок у п'єсі Джоан Роулінг "Гаррі Поттер і Прокляте Дитя" є актуальною, оскільки не вивчалась раніше науковцями.

Проведене дослідження свідчить, що в аспекті комунікативно-прагматичних особливостей ремарки п'єси "Гаррі Поттер і Прокляте Дитя" задовольняють такі маркери прагматичності, як точність, доречність, логічність, ясність та достатність. Граматичні та лексичні одиниці, задіяні автором у ремарках, розкривають специфіку дій головних героїв на сцені, надають сюжету емоційного характеру та експлікують оцінку автора. Ремарки тексту п'єси не перевантажені зайвою інформацією та описують комунікативну ситуацію досить вичерпно і ясно, щоб читач зміг зрозуміти емоційний стан героїв,

увявити їх дії, міміку, жести та місцевість, де відбувається дія. Ремарки є доречними та логічними з огляду на послідовність взаємодії дійових осіб між собою та порядок розташування ремарок.

В процесі дослідження питання змістовно-прагматичного потенціалу ремарок п'єси "Гаррі Поттер і Прокляте Дитя" було з'ясовано, що Джоан Роулінг і її колеги змогли знайти ідеальний баланс розподілу інформації поміж ремарок та реплік осіб, щоб створити цілісну і добре доступну для сприйняття картину.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у ґрунтовному аналізі лексичної та граматичної складової ремарок драматургічного дискурсу.

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНИХ КОМПОНЕНТІВ У КНИЗІ Н. ХІЛЛА «THINK AND GROW RICH»

Пятаченко С. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Куліш В. С.

На сьогодні у літературознавстві та мовознавстві актуальним є питання про стильову диференціацію мовних жанрів та різноманіття представлених ними форм. Зокрема, не спостерігається єдності вчених і у розумінні комунікативно-прагматичних функцій, що виконуються стильовими різновидами дискурсу англійської мови, та їх текстових репрезентацій.

Структурний компонент лексичних засобів у книзі Н. Хілла «Think and Grow Rich» в цілому відповідає особливостям публіцистичного, художнього стилів мови. Структурні особливості лексичних засобів відіграють певну роль у лексико-семантичній організації тексту, виконують деякі функції, у тому числі й прагматичні.

За структурним аспектом у книзі Н. Хілла «Think and Grow Rich» представлені різні групи лексики, притаманні англійській мові взагалі. Найбільш характерне вживання лексики, утвореної афіксальним способом. Поширене вживання таких приставок як: *a-*, *anti-*, *de-*, *over-*, *pre-*. Найбільш вживаними суфіксами є: *-don*, *-tion*, *-ism*, *ise-* (*ize-*).

Загалом, на сьогоднішній день основною є концепція, згідно з якою афікс є головним носієм словотворчого значення. Виокремимо наступні типи афіксів, які зустрічаються у тексті аналізованого жанру англomовної літератури:

1) за походженням – споконвічні (префікси: *be-*, *un-*, *mis-*; суфікси: *-er*, *-ful*, *-hood*, *-ness* та ін.) та запозичені (префікси: *de-*, *ex-*, *anti-*; суфікси: *-able*, *-acy*, *-ize* та ін.);

2) за приналежністю до частини мови – відсубстантивні (префікси: *pre-*, *sub-*, *dis-*; суфікси *-ful*, *-less*, *-ish* та ін.), віддієслівні (префікси: *dis-*, *re-*, *mis-* та ін.; суфікси *-ion*, *-er*, *-ment* та ін.), адад'єктивні (префікси: *un-*, *anti-*, *re-* та ін.; суфікси: *-ish*, *-ness*, *-hood* та ін.);

3) за продуктивністю та активністю (anti- + n- N (*antiunion*), co- + n-> N (*coauthor*, *cooperator*), extra- + a-A (*extraterritorial*, *extraordinary*), v + -er-N (*reader*, *sleeper*, *receiver*), v + -able - A (*readable*, *speakable*) та ін.);

4) за смисловим навантаженням (афікси зі значенням подібності (-al, -ed, *супто-*, *нео-*), зі значенням заперечення (*dis-*, *in-*, *-less*), зі значенням особи (-an, -ian, -ee) зі значенням числа (*bi-*, *моно-*, *semi-*) та ін.);

5) за транспортуючою (конвертуючою) здатністю (транспортуючі афікси дозволяють утворювати інші частини мови, нетранспортуючі афікси змінюють лексичне значення основи, але іншу частину мови не утворюють).

Афіксальна лексика складає вагому частку лексики, яка використовується у досліджуваному матеріалі. Окрім того, виділяємо лексичні засоби, утворені шляхом словоскладання. Складні слова представлені практично у всіх частинах сучасної англійської мови. Слід зазначити, що англійські складні прикметники є найбільш численною і різноманітною за своєю структурою групою, яку зустрічаємо у тексті книги.

Серед складних прикметників найпродуктивнішими моделями є такі: n + v + -ing/-ed = adj, adv/n + -ing/-ed = adj, well/ill + v + -ed, adj/n + v + -ing = adj, n + adj = adj, adv + adj adj, v + adv/prep. Наприклад: *hand-made*, *fast-growing*, *far-advanced*, *well-mannered*, *strange-sounding*, *grown-up*. Окрему групу представляють прикметники, утворені шляхом різного роду словосполучень. В основі прикметників цього типу лежать різні за своєю структурою та значенням словосполучення, найчастіше це фразеологічні словосполучення, що

стали прикметниками або вживані як прикметники у певному контексті. Найбільш поширеними типами таких словосполучень, що лежать в основі складних прикметників, є:

іменники, з'єднані між собою прийменником або союзом, наприклад: *day-to-day*;

поєднання дієслова та прислівника або прийменника, наприклад: *tear-off*;

прикметник у поєднанні з іменником, наприклад: *long-distance*.

Конверсія є єдиним способом у системі англійського словотвору, у якому нове слово виробляється без кількісної зміни основної форми вихідного слова та без застосування будь-яких лінійних словотвірних засобів. Цей словотвірний спосіб також називають кореневим або безсуфіксальним способом утворення нових слів. Наприклад, англійські дієслова *to arm*, *to bank*, *to book* утворені за конверсією від відповідних іменників. У той же час такі іменники як *catch*, *fall*, *help*, *spy* утворені від дієслів. Цей спосіб словотвору також спостерігаємо у корпусі лексичних засобів досліджуваного матеріалу.

Таким чином, найбільш представлені структурні групи афіксальної лексики, лексики, утвореної шляхом словоскладання, конвертованих лексем тощо.

1. Климчук В. О. Мотиваційний дискурс особистості в інтеракційному просторі: автореф. дис. Київ, 2015. 20 с.
2. Hill N. *Think and Grow Rich*. Fawcett Crest, 1987. 256 p.
3. *Think and Grow Rich*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Think_and_Grow_Rich

**«ТЕОРІЯ Й МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ
МОВ І ПЕРЕКЛАДУ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ»**

**ENHANCING STUDENTS' ENGLISH PRONUNCIATION
ABILITY THROUGH GAMES**

Shoira Alimbaeva
(Chirchik State Pedagogical University
Chirchik, Uzbekistan)

Learning a foreign language has become the most essential tool of today's challenging world. In order to be aware of something new a person should know at least 2 foreign languages. It is tricky for students' learning new languages because of challenging vocabulary and pronunciation. The problem highlighted in this article is the low pronunciation ability of Kindergarten children that is caused by (1) the uninteresting activities in learning English; (2) the children difficulties of English pronunciation ;(3) the students' low motivation in learning. The research includes the young learner's characteristics, games in language and games for young learners.

Pronunciation is the most important skill of spoken English (as cited in Gilakjani, 2011). Not surprisingly, pronunciation instruction plays a significant role in the teaching of English as a second language (ESL) (Jahan, 2011). Given that the majority of ESL learners seek to speak native-like English (Derwing, 2003), the importance of teaching pronunciation cannot be emphasized too much (Hismanoglu, 2006). Obviously, it is imperative that teachers help learners of English develop the ability for the communication needs and the ability for being understood easily (Morley, 1991).

There are some problems to learn English for young learners, especially the kindergarten students. The first childrens' problem is pronunciation, because English is foreign language so they get difficulties to pronounce English words. Sometimes their pronunciation and the spelling are different but they guess the words, for example: the word "ball", they will pronounce it /bal/ and they can guess the word by using their logic. They usually read the words based on the letters (alphabets).

Literature Review

Young Learners and Their Characteristics

Scott & Ytreberg (1990) state the young learners, the five to seven year old, assume that as the beginners stage they can talk about what they are doing, they can plan activities, they can argue for something and tell you why they think what they think. They use logical reasoning. They can use their vivid imagination; they can use a wide range of intonation pattern in their mother tongue. They can understand direct human instruction. Young children are often happy playing and working alone but in the company of others.

In general, children have a great immediate need to be motivated by the teacher or the materials in order to learn effectively. Prizes and similar extrinsic rewards can help, but it is more effective on the whole are elements that contribute towards intrinsic motivation: interest in doing the learning activity itself. Such elements are most likely to be effective if they are based on an appeal to these senses or activate the children in speech or movement.

Games for Young Learners

According to Ur (1996) and Sudiargo et al. (2003) there are many games used in teaching English for young learners. The following are some games that have been applied by teachers and that have been proved to be effective for children.

Concentrating Games This is a kind of card game. Each set may consist of fourteen to twenty four cards. Half of the cards have the new English words being learned, the other half have the pictures of the equivalent Indonesian words. Procedure: lay the cards face down in columns and rows. Taking turns, the students turn over two cards. If they do not match, they turn them back over. When a match is made; the students remove the cards and take another turn. The students pronounce the words every time they turn over the cards. They say a sentence every time they make a match. The children with the most pairs win.

Puzzle Dadu/Dice One student arranges of a word and sticks on alphabets and pronounces the word and gives the meaning then makes a sentence. Whoever makes the fastest and the most words or sentences is the winner.

(When the teacher says Go! The student at the front each row turns around and whispers the word/sentence to the next person in line). Then, the student passes the word to the next student and so on. As soon as the word/sentence reaches the last student in line, he/she races to the front to

repeat the word/sentence to the teacher. The first team to finish is the winner.

Based on the games procedure above the teacher can conduct those games in order to teach English or other aspects such as spelling and pronunciation.

Every language has its unique points and this makes it sound magnificent. Words are not pronounced as they written or shown. By engaging in pronunciation games and activities, students can become more self-aware of how much they are able to communicate. I believe that the use of games in teaching pronunciation is potentially helpful for language education in any language. Similar ways to incorporate games into other foreign language classes would help learners of those languages become more confident speakers.

1. Whitton, Nicolas “Using games Enhances Learning and Teaching”
2. Noble Alan In Foreword “Puzzle Based Learning”
3. Domke.E (2003). The Effectiveness of Learning English Through games.
4. Khamitov Eldorbek Erkin o’g’li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
5. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
6. Gazieva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
7. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
8. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
9. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

SPEAKING FOR ENGLISH LANGUAGE LEARNERS: OVERCOMING THE BARRIERS THAT IMPEDE

*Shohsanam Asiljonova Doniyorovna
(Chirchik State Pedagogical University
Chirchik, Uzbekistan)*

The link between affective factors including motivation, self-confidence, and anxiety and the process of second language learning is captured by Krashen's (1982) affective filter hypothesis. Age and economic privileges can also be added to the list of affective factors, thus they are regrettably not the only ones. It is great for a classroom to accommodate the various skills and demands that ELLs have. Avoid engaging pupils in routine, boring tasks that don't motivate them. As a result of these issues, which prevent a student from speaking English, I feel compelled to find out what other individuals around the globe are doing to assist their pupils in overcoming similar challenges. A number of lesson plans and exercises that aim to boost students' motivation, self-confidence, and calmness to enhance their English-speaking skills are the outcome of this investigation.

English language learners (ELLs) frequently have to respond to the question "Do you speak English?" They might be required to provide an informal or formal response to that query. They might even be required to respond to it during a role-play in the context of a real or imagined scenario. No matter the setting or scenario, many ELLs may respond well, constantly highlighting their ability to read, write, and understand, but frequently expressing fear when required to speak. In my 20 years of teaching English, I have seen this speaking apprehension.

Without a doubt, the most complicated and difficult problem facing English language teachers today is motivation (Scheidecker & Freeman, 1999). Whether it's travel plans, interactions with English speakers, or economic prospects, teachers need to assist students in finding a motivation to speak. Students will be more motivated to learn English once they have a motivation.

Additionally, it's crucial to give kids who don't have many financial advantages additional speaking opportunities, reduce fear, and boost motivation.

Students' capacity to communicate can be affected by a variety of problems, including motivation, self-confidence, and nervousness. Infants and young children can mimic articulatory motions and rehearse language sounds by cooing and babbling as they learn to speak, whether they are

native speakers or not. Adults and older children, on the other hand, rely on more sophisticated stages of cognitive development, such as concrete and formal operations that connect to later systems managing explicit knowledge (Westermann et al., 2007). Adult learners essentially learn L2 phonemes using explicit rules. This concept's ramifications could help to explain why children's pronunciation appears to be superior to that of adults. In Mexico, I have largely instructed adults. They frequently gripe that they could already be too old to speak English naturally. They have been subjected to this ideology for such a long time that they genuinely think they have no chance of learning to speak English. The motivation of ELLs is just harmed by this ongoing conversation.

Strong English language communication abilities are becoming increasingly necessary, which has increased demand (Ahmed et al., 2017; Mahmoodzadeh, 2012). English has been made an obligatory subject and is gradually being incorporated even earlier into the curricula in many schools, according to Qi (2016). This demonstrates the official value of English in both society and education.

However, although it is a compulsory subject, there are fewer English lessons provided to students than other subjects. One of the aspects of learning English for speakers of other languages has been to develop a good communicative ability. In fact, since leaning to speak a second or foreign language can change a person's life, ELLs probably tend to perceive their speaking ability as an important criterion for success. Therefore, ELLs may attempt to pursue it more seriously than other aspects of foreign language learning. However, learning a second or foreign requires affective variables or barriers, which may include inhibition, attitudes, motivation level and degree of self-esteem or self-confidence (Ahmed et al., 2017; Mahmoodzadeh, 2012). Another of these affective variables in foreign language anxiety (FLA) which, as Worde (1998) discussed is a serious problem in foreign and second language classrooms. Anxiety may be experienced by thirty to fifty per cent of students. Foreign language classroom anxiety has been identified as distinguishable from other forms of anxiety and has been supposed to have damaging effects on the acquisition of and performance in a foreign language (Worde, 1998).

In his definition of anxiety from 1983, Spielberger said that anxiety is "a subjective experience of tension, apprehension, uneasiness, and worry coupled with an arousal of autonomic nervous system" (p. 15). Additionally, according to Abu-Rabia (2004), anxiety is described as "fear, panic, and worry" (p. 711).

Anxiety is typically divided into three categories: (1). An aspect of personality is trait anxiety (Eysenck, 1979). (2). State anxiety, which is trepidation felt in the present, and (3). Anxiety that is experienced in a clearly defined setting is known as situational anxiety (MacIntyre & Gardner, 1989). Language anxiety is a nervousness that comes with learning a language (LA). According to MacIntyre (1999), language anxiety is "the anxiety and adverse emotional response elicited from learning or using a second language" (p. 27). The foreign language learner who is classified as having anxiety is typically concerned, physically uneasy, and unwilling to participate in situational learning, according to Abu-Rabia (2004). (p. 712). Anxiety has long been linked to language acquisition in general, as well as in the classroom, by researchers and linguists who specialise in second and foreign languages (Azher et al., 2010). Foreign language classroom anxiety (FLCA) is the name given to the uneasiness felt in a classroom (Horwitz et al., 1986). FLCA was defined by Horwitz (1986) as "a distinctive complex of self-perceptions, attitudes, sentiments, and behaviours connected to classroom language acquisition originating from the distinctiveness of the language learning process" (p. 131). Horwitz and Cope (1986) believed that FLCA, which students feel in the clearly defined environment of a foreign language classroom, is a situational anxiety rather than a trait anxiety.

In terms of the different stages of the language learning process, specifically in a classroom situation, Williams and Andrade (2008) discussed these stages as input, processing (mental planning), and output. The input and processing stages are concerned with the worries, confusions, and thinking process of the learners when they are asked to participate in the classroom whereas the output stage is concerned with the actual response of the learners. Researchers have identified the effects of LA on each of these stages as well. Additionally, other researchers in their studies have also investigated the effect of induced anxiety during each of these stages (Bailey et al., 2000), and recently, a growing body of researchers and theorists have been working on foreign language classroom anxiety in relation to the learners' achievement as well as the sources of anxiety (Bailey et al., 2000; Cheng, 2001; Horwitz et al., 1986). Many researchers have agreed that FLA affects students' attitudes and their achievement in language learning. Although anxiety may sometimes be a facilitating factor, in most cases, it negatively affects learners' achievement and has debilitating effects on students' learning. Zheng (2008) asserted that a language learning experience could become a traumatic experience

and may deeply affect one's self-esteem or self-confidence. In fact, anxiety has been believed to negatively affect achievement in the second language learning (Aida, 1994). It is true that FLCA affects learners' achievement, but it does not work in isolation. Many other factors contribute to a learner's language acquisition.

In other words, FLA has a variety of causes, some of which may be attributed to the student, others to the teacher, methodologies, or methods of education. Low self-esteem, false assumptions about language acquisition, unfavourable encounters with the foreign language or culture, or the overall experience of language learning can all be sources of anxiety (Worde, 1998). Aside from these variables, anxiety is linked to age, motivation, and emotional intelligence (Bailey et al., 2000; Yan & Horwitz, 2008). (Awan et al., 2009).

In the last few decades, motivation has been the center of discussions and research in language learning (Chung, 2013). Motivation has mainly concerned the direction and magnitude of behavior, which, according to Dörnyei and Ushioda (2001) is responsible for why people decide to do something, how long they are willing to endure the activity, and how hard they are going to pursue it. Motivation in second language acquisition is defined as the combination of effort plus desire to achieve the goal of learning the language plus favorable attitudes toward learning the language (Gardner et al., 1985). These arguments indicate the complexity of motivation as well as its role in language learning. Essentially, motivation may include determinants that affect the quality or achievements of students. For example, Linnenbrink and Pintrich (2002) asserted that student motivation, which can be conceived of as a multifaceted construct with different components, is a decisive enabler for academic success. Saville-Troike (2006) pointed out that students who are more motivated are able to learn a new language better.

According to Ag et al. (2016), the dichotomy of language learners based on the self-determination theory (Noels et al., 2000; Vallerand et al., 2008) seems important in determining the reasons for learning another language. A well-known dichotomy of motivation in general education is intrinsic motivation vs. extrinsic motivation. Extrinsic motivation refers to behaviors an individual performs to receive some extrinsic reward, (e.g., learning English in order to get a better job), while intrinsic motivation refers to behaviors whose rewards are internal (e.g., the joy of learning English). Ag et al. (2016) continued by mentioning that another dichotomy which is also repeatedly used when establishing the reasons for learning a

language is instrumental versus integrative motivation, which can be traced back to a study by Gardner and Lambert in 1959 (see also Gardner, 2000; Kissau, et al., 2010). Gardner and Lambert (1959) established that instrumental motivation as the reasons for learning a foreign language reflects the more utilitarian value of linguistic achievement. This type of motivation is a synonym with extrinsic motivation, which is related to rewards as external to language learning. Different from instrumental motivation, for which the rewards are external to the activity, integrative motivation refers to internal reasons for language learning. This type of motivation refers to an individual's willingness and interest in having social interaction with members of the L2 group (Gardner & Lambert, 1959). Gardner and Lambert (1959) stated that with integrative motivation language learners learn another language because they want to learn more about the language group. Ag et al. (2016) explained that motivational orientations in learning a foreign language may change.

Gardner and MacIntyre (1992, 1993) claimed that individual-difference variables (e.g., cognitive variables and affective variables), influenced by antecedent factors (i.e., biological factors such as age and experiential factors such as previous language training experience), interact with both formal and informal language acquisition contexts and influence both linguistic and nonlinguistic outcomes.

As previously stated, age plays a role in language learning. According to Lightbown and Spada (2013), all second language learners, regardless of age, have already acquired at least one language. This prior knowledge may be an advantage in the sense that they have an idea of how languages work. On the one hand, knowledge of other languages can lead learners to make incorrect guesses about how the second language works, and this may result in errors that first language learners would not make. Lightbown and Spada (2013) mentioned that young language learners start the mission of first language acquisition without the cognitive maturity that older second language learners have. Although young second language learners have begun to develop these characteristics, they will still have far to go in these areas, as well as in the area of world knowledge, before they reach the levels already attained by adults and adolescents. On the other hand, the results of a research study conducted by Bećirović and Hurić-Bećirović (2017) demonstrated a significant relationship between age and motivation. The ten-year-olds had the highest motivation for learning English as a second language, while the eighteen-year-olds had the lowest motivation for learning English as a second language. The ten-year-olds

also scored the highest in learning English as a second language. Moreover, Bećirović and Hurić-Bećirović's results (2017) also showed a significant correlation between achievement and motivation. The age factor represents a special importance and influences both the motivation and the ability to acquire a second language. Many professors believe that the key factor influencing the learning of a language is the age of students. However, it is important to highlight that many scholars rely on the theory of a critical period, which affirms that after a certain period foreign language cannot be acquired in its entirety (Hurford, 1991).

In their book *How Languages are Learned*, Lightbown and Spada (2013) explained that the innatist perspective is often linked to the critical period hypothesis. This hypothesis stated that animals, including humans, are genetically programmed to acquire certain kinds of knowledge and skills at specific times in life; beyond those 'critical periods', it is either difficult or impossible to acquire those abilities.

Birdsong (2006) mentioned that volume of the brain decreases with age and that this process begins after the age of twenty. However, aging affects the ability to learn, not only language, but also other content and includes the acquisition of other skills and competencies as well (Sinanović & Bećirović, 2016). Based on recent studies, Nikolov and Djigunovic (2006) concluded that native ultimate attainment is available to a number of adults who started learning the target language after puberty. As a result, the strong version of the CPH cannot be maintained any longer. Nikolov and Djigunovic's (2006) conclusions indicated that in order to set realistic goals for early learners, it is essential to consider what level learners in bilingual education achieve, and how long it takes them to develop native-like proficiency in a L2. Nikolov and Djigunovic's (2006) research evidence showed that five to seven years are needed, depending on the educational programs, to achieve grade level norms in academic subjects taught in English (Wong Fillmore, 1998) and a recent longitudinal study found that young children had strong accents after four years of enrollment in English-medium schools indicating that native accent is not automatically available (Flege et al., 2006).

In his book *Self-esteem and Foreign Language Learning*, Rubio (2021) stated that at this moment in language teaching history, the role of affective variables and the necessity of focusing on the emotional states of learners are readily acknowledged by the language teaching community. As Rubio's (2021) volume clearly attested, this understanding of the emotional vulnerability of language learners is shared by many language

teachers and researchers around the world.

When learners subscribe to common overly perfectionistic beliefs about language learning, they may erroneously interpret their progress as abnormally slow and conclude that they lack aptitude for language learning (Gregersen & Horwitz, 2002; Horwitz, 1988).

Along with listening, writing, and reading, speaking is part of the four pillars of learning English. However, many ELLs have expressed that they feel it is their weakest skill, or at least the one that creates the most fear or anxiety to them. Accordingly, different researchers, such as Gardner & Lambert (1959), have long studied barriers to speech ability, such as anxiety, motivation, self-esteem, and age. Even though some literature has investigated these barriers mentioned, very little of it focuses on Latin American students. Accordingly, the aim of this project is to generate ideas for lesson plans and activities that can help to overcome these barriers where Latin American students are concerned, as most of the research focuses on Asian countries, like China, Thailand, Indonesia, and Bangladesh.

Teachers should nonetheless continue to look broadly for suggestions and ideas to try to eliminate the barriers that affect their students' learning. The relative lack of concrete solutions aimed at the group of people I intend to teach propelled me to use previous knowledge on the specific characteristics of that group of learners to adapt the lessons to their particular needs. A critical area of focus within these lessons is to lower students' levels of anxiety and therein help them to communicate in English.

Teachers are in a unique position to understand the needs and characteristics of their students, and we are constantly on the lookout for new ways to make our lessons engaging, participatory, and enjoyable. These concepts are not simply pasted from one area to another. They are modified by teachers to fit the situation. I hope that this project and investigation help teachers see that we should try to do whatever is in our hands to help our students overcome the barriers that impede them from speaking English.

1. Abu-Rabia, S. (2004). Teachers' role, learners' gender differences, and FL anxiety among seventh-grade students studying English as a FL. *Educational Psychology, 24*(5), 711- 721.
2. Ag, B. S., Mahpul, Sukirlan, M., & Rahman, B. (2016). Language motivation, metacognitive strategies and language performance: A cause and

- effect correlation. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 5(7), 40-47. doi:<http://dx.doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v5n.7p.40>
3. Bailey, P., Onwuegbuzie, A. J., & Daley, C. E. (2000). Correlates of anxiety at three stages of the foreign language learning process. *Journal of Language and Social Psychology*, 19(4), 474-490.
 4. Chung, I. (2013). Crammed to learn English: What are learners' motivation and approach? *The Asia - Pacific Education Researcher*, 22(4), 585-592. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s40299-013-0061-5>
 5. Gardner, R. C. (1985). *Social psychology and second language learning: The role of attitude and motivation*. London: Edward Arnold.
 6. Horwitz, E. K. (1988). The beliefs about language learning of beginning university foreign language students. *The Modern Language Journal*, 72(3), 283-294.
 7. Krashen, S. D., Long, M. A., & Scarcella, R. C. (1979). Age, rate, and eventual attainment in second language acquisition. *TESOL quarterly*, 13(4), 573-582.
 8. Mahmoodzadeh, M. (2012). Investigating foreign language speaking anxiety within the EFL learner's interlanguage system: The case of Iranian learners. *Journal of Language Teaching and Research*, 3(3), 466.
 9. Oldfather, P. (1995). Commentary: What's needed to maintain and extend motivation for literacy in the middle grades. *Journal of Reading*, 38(6), 420-422.
 10. Scheidecker, D., & Freeman, W. (2015). *Bringing out the best in students: How legendary teachers motivate kids*. UK. Simon and Schuster.
 11. Spielberger, C. D. (1983). *State-trait anxiety inventory: bibliography* (2nd ed.). Palo Alto, CA. Consulting Psychologists Press.
 12. Ushida, E. (2005). The role of students' attitudes and motivation in second language learning in online language courses. *CALICO Journal*, 23(1), 49-78.
 13. Williams, K. E., & Andrade, M. R. (2008). Foreign language learning anxiety in Japanese EFL university classes: Causes, coping, and locus of control. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 5(2), 181-191.
 14. Zheng, Y. (2008). Anxiety and second/foreign language learning revisited. *Canadian Journal for New Scholars in Education/Revue Canadienne des Jeunes Chercheures et Chercheurs en Education*, 1(1), 1-12.
 15. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). Using Apps In Teaching English As A Busy Teacher. *Asia Pacific Journal Of Marketing & Management Review*. Vol 11, Issue 06, 2022

THE IMPORTANCE OF TECHNOLOGY IN TODAY'S EDUCATION

*Boboyeva Dilshoda Shodmonqul qizi
(Chirchik State Pedagogical University
Chirchik, Uzbekistan)
Supervisor – Aminova S.*

Education is a planned activity with certain goals in mind, such as knowledge transmission or the development of skills and character. These objectives might include the growth of comprehension, reason, kindness and honesty. Technology is the use of knowledge in a specific, repeatable manner to achieve useful aims. If technology is effectively used in education, that is, the result will bring positive benefits not only to the concerned people, but also to the whole society. Depending on how technology is used, its negative and positive sides appear. In the past century, only younger students and teachers have benefited from the use of technology in the classroom. In other words, students now have the chance to make the learning process much simpler and more engaging thanks to the unexpected introduction of a variety of devices and the Internet.

AMONG THE MAIN ADVANTAGES OF TECHNOLOGY IN EDUCATION ARE

1. Improves the interaction between students and teachers during the teaching and learning process. Students may now learn actively and effectively thanks to the development of smartphones, tablets, and laptops, something they should have been able to do for a very long time. Thanks to applications, films, simulations, and digital books that make the learning process far more engaging, students can now approach a subject or teaching unit with enthusiasm. They may also discover their hobbies, talents, and perhaps even their future job by having the chance to go deeper into a subject that fascinates them.

2. Offers unrestricted access to current data and information from numerous sources. Students today not only approach studying with greater excitement and productivity, but they also have access to the most recent topics and research—something their forebears could only hope for. They can acquire material that can provide them with more insight into the subjects they are studying at school with a few clicks and well-defined searches instead of dragging a stack of books from library to library. So, in addition to allowing students to receive a current education, this practice

also teaches them how to do information searches and study challenging professional literature.

3. Teaches them how to use computers. We are all aware that computer science courses do not prepare students for the degree of ability required by the modern workplace. Students are given the chance to keep up with learning trends and develop technological/digital abilities that are highly sought after in the 21st century by integrating technology as an intrinsic part of education. This method of instruction is especially beneficial for kids who do not have access to contemporary technology at home, and it may also help close the social divide between those who are digitally literate and those who are not.

4. Decreases the expense of education. Technology has made resources more available, which has led to lower tuition costs, a decrease in the demand for books and their cost, as well as a decrease in the demand for school supplies. E-books have made life easier for low-income families and allowed pupils to approach learning on an equal footing with their peers, free from parental pressure to achieve well because of significant financial investments in their education. The fact that e-books indirectly help to reduce deforestation, one of the greatest environmental problems, is yet another advantageous side effect of their use in education.

5. Improved understanding of student performance due to metrics. It used to be necessary for teachers to spend a lot of time assessing each student's overall academic performance, which proved to be quite problematic, especially in big classrooms with more than 20 pupils. Unfortunately, a lot of students never manage to rectify the incorrect learning strategies that would enable them to perform better and perhaps even identify their strengths and interests. It has become much simpler for teachers to assess student performance and offer guidance and advice as a result of the introduction of digital technologies and the Internet into the classrooms, which benefits both teachers and students. In particular, platforms that compile information on students' performance on quizzes, tests, and assignments give teachers a comprehensive understanding of the subjects in which students struggle or succeed. Additionally, teachers can now alter lessons based on perceptions of the performance of specific students or the class as a whole.

6. They have the option of real-time learning or individualized instruction. While education technology has given students more control over their learning, it has also given teachers more flexibility in how they impart knowledge to their charges. At particular, this method can only be

used in schools that encourage hybrid (blended) learning, which combines synchronous real-time learning and asynchronous learning in which students can access lectures at any time. Real-time lesson listening gives students a better sense of belonging and enables them to connect socially with their classmates in the same way as face-to-face teaching. On the other hand, more self-reliant students who are assured in their ability to manage their time and commitments can learn whenever they feel like it. It matters that we drive technology as an enabler for everyone around the world

TECHNOLOGY'S NEGATIVE EFFECTS ON SCHOOLING

It's fantastic to be hopeful and believe in the ongoing development of technology, but it's equally critical to keep in mind the drawbacks of technology in education and how it can harm children in the long run. In particular, numerous critics from the social sciences and humanities frequently mention a number of potential drawbacks of technology in education and how it can adversely affect some areas, as well as the quality of children's lives and development:

1. Both within and outside of the classroom, it is distracting. Supporters of technology in education frequently overlook the fact that children use their smartphones and tablets all day long, even after school is over. Children's brains are accustomed to exciting, intense, and brief content that can swiftly boost their dopamine system thanks to the daily dose of social media and video games. The major issue here is that regular use of technological devices shortens attention span; studies reveal that children from Generation Z have an attention span of roughly 8 seconds. Although teachers may have the best of intentions, it is best to limit the usage of applications that have nothing to do with the actual teaching process and only utilize technology in the classroom when it is absolutely necessary.

2. Potentially retards cognitive growth and weakens problem-solving abilities. Always with the best of intentions, technology seeks to speed up and simplify certain mechanical tasks. However, nearly every aspect of school life has been automated by technology. When they can use a calculator on their phone or autocorrect software, why would a child need to learn the fundamentals of math or spelling? Therefore, what started out as a good idea has resulted in the position where future generations would be unable to carry out routine cognitive tasks without technology. Additionally, it should be highlighted that children gradually lose their problem-solving skills, which are a highly sought-after set of competencies, when they use technology to solve every difficulty at school. The only way

to address this issue is to limit the use of technology in the classroom by instructors and educational institutions as a whole.

3. Direct peer interaction is decreased. Although it has been demonstrated that digital technologies enhance student development and project collaboration, they ignore our biological need for real-time engagement. Specifically, despite the fact that we have been social beings for over tens of thousands of years, we today believe that we can simply manipulate our genetic inclination. Despite the fact that children and adolescents engage with their parents, teachers, and classmates, the rate of teenagers who have been diagnosed with some sort of depression has been rising and has now startlingly reached 20%.

The only remedy that educators and educational institutions can provide is to encourage children to interact with others in person.

4. Modern technology maintenance is highly pricey. Many times, the cost of maintaining or upgrading technology is disregarded. Relying on the idea that technology in education is the only solution seems overconfident in a world where new developments in the field of digital technologies occur virtually every month and where updating software and applications constantly requires more powerful devices. In other words, teaching and learning can be done without technology, but the question is whether the knowledge and skills gained will still be applicable in a few generations when technology is more primitive. Educational institutions are therefore required to calculate the actual long-term expenses of that investment and how they will affect the tuition fees that students and their parents must pay in order to avoid regretting the purchase of new technology.

5. Examinees can cheat more easily. Exam cheating is a major issue for teachers, as is their lack of understanding of the level of student understanding of a course. The main issue with online assessments is that professors frequently have no idea whether their students have access to another device while they are completing the test. Due to educational institutions' incapacity to ensure that students genuinely acquire the knowledge required for higher levels of education or to do their jobs, this issue may have long-term repercussions.

6. Reduced teacher numbers as a result of automation and lower pay. The function of the teacher as an authoritative figure and mediator is gradually eroding as technology is incorporated into the curriculum. It should be emphasized that fewer teachers are employed in contemporary schools as a result of automation in education and the development of

specific apps. However, the remaining teachers now have even more duties than before, and because their pay did not increase in line with their duties, many of them were forced to quit their jobs. Children can access a wide range of information that makes lessons more engaging, as we mentioned earlier when discussing the benefits of technology in education. However, how long does it take to prepare and incorporate that content into a meaningful whole? Therefore, increasing obligations largely correspond to class preparations, whose significance and complexity are sometimes underrated, mainly because they are invisible to parents. The issue that needs to be solved is that educational institutions should stop treating teachers like manual laborers. The first step toward achieving this goal is raising their pay and treating them with the respect they deserve. If we do not, we'll have unmotivated educators who don't care about passing on knowledge to their students, and the result will be a generation of people who are unable to contribute to society in a positive way. Last words on the benefits and drawbacks of technology in education Varied people have different views on whether these changes should be made to the educational system, especially if they happen so quickly. It has become appallingly obvious that our technology has exceeded our humanity. Being realistic is still advised because the benefits still outweigh the drawbacks.

Therefore, a persistent focus on drawbacks should not be interpreted as a call for a return to traditional education, but rather as a warning and an opportunity to more clearly identify the shortcomings of the technology and instructional strategies being employed. The responsibility for analyzing the drawbacks in the upcoming revision and raising the standard of instruction in both physical and virtual classrooms rests on educational institutions and teachers.

1. <https://www.allisonacademy.com/students/education/technology-in-education/advantages-and-disadvantages-of-technology-in-education/>.
2. Sundar Pichai, CEO of Google, (June 10, 1972. Mandurai, India.
3. Albert Einstein, German Theoretical-Physicist (1879-1955. Ulm, Germany.
4. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022

ІНТЕГРОВАНІ УРОКИ «ІНОЗЕМНА МОВА – СВІТОВА ЛІТЕРАТУРА» В ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ

Василець В. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Єрмоленко С. В.

Звернемо увагу безпосередньо на саме поняття та явище інтеграції компонентів літературознавчої компетентності в урок іноземної мови. Відповідно до «Філософського енциклопедичного словника», інтеграція (від лат. *integer* – повний, цілісний, непорушений) – це «процес або дія, що має своїм результатом цілісність; об'єднання, з'єднання, відновлення єдності; у філософії Спенсера інтеграція означає перетворення розпорошеного непомітного стану в концентроване, видиме».

Цілі створення інтегрованого уроку, одним з компонентів якого є іноземна мова, а іншим – країнознавчий компонент, можуть бути сформульовані наступним чином:

- а) розширення загальної та мовної освіти учнів;
- б) розвиток їх загальних і спеціальних навчальних умінь;
- в) посилення мотивації до вивчення іноземної мови за рахунок насичення курсу цікавою інформацією;
- г) орієнтація набутих навичок і умінь на конкретні області застосування;
- д) забезпечення міцності знань на основі збільшення обсягу мовної практики в різних видах мовленнєвої діяльності;
- е) розширення обсягу пасивного і активного словникового запасу учнів для вирішення комунікативних завдань;
- ж) вдосконалення навичок і умінь самостійної роботи учнів над іноземною мовою [1, с. 20].

Важливим елементом культури країни, мова якої вивчається, є художня література. Метою навчання іноземної мови у школі є формування комунікативної компетенції як готовності та здатності учнів здійснювати міжкультурне спілкування. Структуру комунікативної компетенції складають: лінгвістична, соціолінгвістична, дискурсивна, стратегічна, соціокультурна, соціальна, навчальна компетенції.

В інтегрованому навчанні формуються здібності учнів у знаходженні адекватних стратегій для розуміння та інтерпретації художнього твору, здібності у сприйнятті фактів, героїв, оточення,

відносин, намірів, що, безумовно, впливає на вибір лінгвістичних засобів та форм спілкування, на вдосконалення навчальної компетенції учнів.

Існує багато методів і прийомів введення літературного матеріалу, які дозволяють звертатися до мови в інших площинах, ніж робота з підручником, який представляє собою теж великий матеріал по знайомству з англомовними країнами.

Необхідно підкреслити, що на самому початку вивчення іноземної мови в учнів, як правило, найвища мотивація. Літературознавчий аспект при цьому є засобом підвищення мотивації [2, с. 22].

Одним з цікавих і ненав'язливих способів інтеграції літературного аспекту в урок навчання англійської мови є домашнє або позакласне читання.

Інший метод інтегрованого навчання англійської мови та світової літератури – це проектна робота. Цей метод дозволяє залучити до роботи всю групу, більш глибоко вивчити обрану тему і красиво оформити її уявлення.

Рольова гра може бути адаптована до сюжету літературного твору, а у випадку вивчення драматичних творів учні можуть також здійснювати театральні інсценування за їх мотивами.

Дуже гарним матеріалом для даної тематики є навчальні фільми, відеокліпи, уривки з мультиплікаційних і художніх фільмів. Їх можна використовувати для етапу цілепокладання уроку, щоб учні самостійно здогадалися і озвучили тему.

У рамках інтеграції літературознавчого аспекту до іншомовної освіти має вивчатися мовленнєвий етикет, при цьому зміст уроків в посібниках повинен включати всі найважливіші моменти, які характеризують життя в англомовних країнах. Користуючись додатковим матеріалом з літературознавства, нестандартними формами проведення уроків, учитель підвищує інтерес до предмету сприяє кращому засвоєнню програмного матеріалу.

Можна виокремити спільні зв'язки між інтегрованими освітніми областями «Іноземна мова» та «Світова література» для з'єднання в єдине інтегроване навчання. За допомогою циклічно-концентрованих кіл виявлено загальну інтегровану частину у використанні теоретико-літературознавчих понять: текст, мова, мовлення, стилістичні засоби, художній текст, аналіз художнього тексту. Крім теоретико-літературознавчих понять в інтегровану складову входить художній

текст та його культурноорієнтований, лінгвістичний та літературознавчий аналіз [3, с. 15].

Реалізація інтеграції здійснюється через об'єкти інформації: смислову, естетичну, лінгвокультурологічну, лінгвістичну. Вилучення певних інформативних блоків привертає увагу учнів та дозволяє аналізувати художній твір як єдине ціле з його змістом та формою, розвиває особистісне ставлення учня до вивченої культури та літератури. Процес оволодіння культурою та літературою формує такі цінності як: розкриття внутрішнього задуму тексту як носія та джерела об'єктивної інформації про світ, життя людей, культуру народу, естетичного, прекрасного у сприйнятті художньої літератури; насолода процесом читання, співпереживання героям, зіставлення себе з вчинками героїв.

У якості матеріалу для читання можуть бути запропоновані автентичні тексти – твори англійських авторів, написані у другій половині ХІХ – початку ХХІ ст. Цей часовий відрізок обраний нами тому, що англійська мова більш ранніх творів з точки зору лексичного наповнення, і з точки зору мовного оформлення сильно відрізняється від сучасної англійської мови у всіх її регіональних варіантах і викликає труднощі при сприйнятті не тільки у тих, хто вивчає англійську мову як іноземну, але й у сучасних середньостатистичних носіїв англійської мови.

У цілому ж, інтегровані уроки сприяють підвищенню рівня знань учнів за рахунок глобального аналізу питань, що розглядаються, а також за рахунок формування цілісного уявлення світу та глобального мислення. Основна мета інтегрованих уроків – відхід від системи членування знань на окремі дисципліни та надання учням можливості застосовувати отримані знання за межами навчального предмету.

1. Балабуха К. В. Підготовка майбутніх учителів іноземної мови до навчання старшокласників фразеології: дис. ... кандидата пед. наук: 13.00.02. Одеса, 2007. 199 с.
2. Басай Н. П. Особливості формування соціокультурної компетентності учнів початкової школи у процесі навчання іноземних мов. *Національного університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота.* 2017. Вип. 2. С. 20–24.
3. Ільченко В. Р. Інтеграція змісту освіти та сучасні проблеми актуальні для загальноосвітньої школи. *Імідж сучасного педагога.* 2002. № 2 (21). С. 14–17.

АУДІО-ЛІНГВАЛЬНИЙ МЕТОД ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Внучкова В. С.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Бровкіна О. В.

Важливість знання іноземних мов сьогодні важко переоцінити. Не дивлячись на те, що вже існує велика кількість методик викладання та вивчення іноземних мов регулярно розробляються нові. Отже кожен учитель може підібрати найбільш ефективний метод, який допоможе учням опанувати мову якнайкраще. Ведуться запеклі дискусії щодо того, який метод все таки кращий – традиційний чи аудіо-лінгвальний.

Аудіо-лінгвальний метод полягає у відпрацюванні навичок мови за допомогою прослуховування та багаторазового регулярного повторення матеріалу. Головна мета – опанувати основні структури та вміти їх використовувати у різних ситуаціях. Ч. Фріз та Р. Ладо стверджують, що володіння мовою це не знання окремо взятих слів чи правил, а вміння користуватись моделями, дотримуючись реального темпу мовлення [1, с. 17].

Особливості аудіо-лінгвального методу вивчали як вітчизняні, так і іноземні вчені, серед яких Ч. Фріз, Ю. Жлуктенко, О. Кашина, Г. Рогова, Р. Ладо та інші. Деякі з них вважали, що позитивними аспектами поданого методу є вивчення мови за структурними моделями, жвавий темп занять, стимулювання інтересу дітей до культури народу-носія, тренування мовлення за допомогою усних вправ. Але з іншого боку названий метод має достатньо недоліків, наприклад мало уваги приділяється вивченню лексики та недостатня кількість вправ на переклад [1, с. 93–94].

Найчастіше аудіо-лінгвальний метод використовують для навчання дітей дошкільного віку. На початковому етапі учні мають оволодіти усним мовленням, а лише потім можна переходити до відпрацювання інших складових. Гарне розуміння й сприйняття мови на слух та вміння донести свою думку в усній формі можна назвати володінням мовою. Після чого куди легше навчити учня графічної складової мови, тобто читанню та письму.

Заняття згідно з аудіо-лінгвальним методом має наступну структуру. Почати слід з роботи над невеликим текстом або ж діалогом, який містить необхідні для запам'ятовування структури.

Спочатку даємо учням прослухати матеріал, потім слухаємо та повторюємо речення-оригінал та додаткові речення зі схожими граматичними структурами. Також варто порівняти щойно почуту структуру з вивченими раніше. Основним етапом є виконання різного виду вправ, які будуть пов'язані з новим матеріалом. Часто це підстановка та заміна елементів різного рівню складності. І на завершення учням слід вивчити прослуханий на початку текст на пам'ять задля остаточного закріплення матеріалу. Важливо пам'ятати що усі вправи виконуються виключно на слух, без використання друкованого тексту.

Як показує досвід, у реальному житті людина часто не здатна згадати і влучно використати заздалегідь завчену фразу чи речення. До того ж, майже неможливо вивчити вислови, які можна використати у будь-якій життєвій ситуації. Засновники аудіо-лінгвального методу розглядають безпомилковість мовлення як необхідну умову успішного формування мовленнєвих навичок. Але з іншого боку, помилки під час навчання є важливою умовою гарного засвоєння матеріалу.

Варто зазначити, що не всім людям вдається повною мірою сприймати інформацію на слух. Це робить поданий метод важчим та менш ефективним для них. З іншого боку, сприйняття на слух є надзвичайно важливим для повного опанування іноземної мови, тому цю навичку слід розвивати якомога раніше.

Отже, в аудіо-лінгвальній методиці вивчення іноземних мов велику увагу приділяють структурам та моделям, а лексика відходить на другий план. Створення подібних речень та багаторазове повторення матеріалу – робить цей метод дієвим для тих, хто легко сприймає важливий матеріал на слух. При правильному підході за допомогою цього методу можна досягти значних результатів вивчення мови, особливо при навчанні дошкільнят.

1. Жлуктенко Ю. О. Навчання іноземних мов за методичною системою Ч. Фріза – Р. Ладо. Київ. 1999. 105 с.

ГРАМАТИЧНИЙ, СИТУАТИВНИЙ, КОМУНІКАТИВНИЙ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Гарцунова М. М.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Медвідь О. М.

Вивчення англійської як іноземної мови зазнало змін упродовж усієї історії людства. З одного боку, еволюція її викладання відбулася через внутрішні та зовнішні антиномії, що притаманно усім мовам. З іншого боку, прагнення створити кращу методику викладання англійської мови було зумовлене суспільними чинниками. Сьогодні не існує універсального підходу до викладання англійської, а тому кожен підхід може вбирати риси іншого, що допомагає вчителю комбінувати завдання та технології навчання.

Загалом виділяють три основні підходи до вивчення іноземної мови: граматичний, ситуативний та комунікативний [1]. Граматика є основою англійської мови, регулює синтаксис, узгодження числа та особи між підметом та присудком, порядок слів у мові. Граматичний підхід заснований на лінгвістичному базисі, тобто граматичних формах; він акцентує увагу на тому, як ці форми об'єднують для формування граматичних речень. Його впроваджують при вивченні письма та читання, що покращує запам'ятовування часових форм, через те, що цього складніше досягти використовуючи лише усне мовлення.

Ситуативний підхід зосереджений на певних умовах або обставинах, через які учневі може знадобитися оперувати іноземною мовою [1]. Комунікація є вмотивованою, а тому лексику та граматику використовують для опису подій в різних сферах життя учня.

Ситуативний підхід пов'язаний з течією бігевіоризму, одного з напрямів психології ХХ століття, концепція якого полягала у поведінці організму під дією зовнішніх чинників [2]. Так реакція учнів зумовлена стороннім стимулом, що безпосередньо впливає на учня і викликає бажання брати участь у навчальному процесі шляхом взаємодії з іншими учасниками процесу та вчителем.

Ситуативний підхід мав широку популярність серед методистів і вирізнявся новаторським прийомом до викладання мови. Однією з важливих рис ситуативного підходу було запровадження вправ на повторення вивченого матеріалу,

розуміння, що граматичний базис не має переваг без застосування мовлення.

Основою викладання англійської мови у ситуативному підході є структурна програма та список слів. Структури вивчають у реченнях, а лексику обирають залежно від рівня опанування моделей речень. Учебний план не є ситуативним, скоріше ситуація співвідноситься до способу відпрацювання моделей речень.

Учені виділяють головні ознаки ситуативного підходу: фокус на словниковий запас, аналіз і класифікація граматичних конструкцій у ситуаційних таблицях. Поставлена ситуація змушує учня долати психологічні перешкоди для спілкування, застосовувати візуальні, акустичні та екстралінгвістичні види невербального спілкування. Під час процесу мовних ситуацій, учень має змогу практично використати теоретичні знання, вдосконалити володіння основними структурами та шаблонами речень.

Для того, щоб учень був здібний до осмисленого спілкування, важливо використовувати принципи комунікативної компетенції. Визначають наступні аспекти комунікативної компетенції:

1. Знання про вживання мови для різних цілей та функцій;
2. Уміння варіювати мову в залежності від події та аудиторії;
3. Здатність створювати та розуміти різні типи текстів;
4. Підтримання комунікації незважаючи на обмеженість знань.

До кінця 1960-х років англійську мову як іноземну викладали через повторення структур у діяльності, заснованій на ситуаціях. Але згодом ця практика зазнала критики через відсутність фундаментальної характеристики мови – креативності й унікальності окремих речень. Існувала потреба розробки альтернативного підходу викладання мов через кризу в основних принципах ситуативного підходу. З кінця 1990-х років, комунікативний підхід почав активно використовуватися вчителями у школах, що було результатом переосмислення учебного плану.

Отже, комунікативний підхід функціонує за принципом – процес навчання є моделлю комунікації. Він розрахований на досягнення комунікативної цілі на противагу контролю над структурою, має на меті втілити цю модель у розробці матеріалів, ролей та у поведінці вчителя і учня, їх діяльності, за допомогою методів роботи у класі.

1. Багрянцева О. Ситуація у навчанні граматики англійської мови. *English language & culture*. 2001. № 34. С. 1–3.
2. Гагіна Н. Кооперативне навчання у вищій школі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2012. № 64. С. 98–102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2012_64_21 (дата звернення: 05.04.2022).

СТРАТЕГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ: ПОНЯТІЙНІ АСПЕКТИ

Заремба А. Д.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Єгорова О. І.

У сучасному світі виникають нові підходи у вивченні іноземних мов. Сьогодні навчання сприймається як процес, який триває протягом життя, необхідний для адаптації до нових умов і забезпечення особистого економічного та соціального успіху. Таке навчання припускає, що люди повинні «навчатися вчитися» та брати на себе відповідальність. Тому надання учням та студентам знань і навичок, що дозволяють їм ефективно самостійно регулювати свій процес навчання, стало однією з головних цілей вищої освіти. Саме навчання, організоване на основі стратегій, є відмінною особливістю уроку іноземної мови.

Поняття «*навчальні стратегії*» вивчалось такими зарубіжними і вітчизняними вченими як Венден А., Рубін Дж., О'Меллі Дж., Чамот А., Оксфорд Р., Ломпшер І., Біммель П., Янікова В., Любашенко О. В., Семенишин І. Є., Соловійова О. Н. У педагогічній теорії є чимало спроб класифікувати стратегії навчання й систематично їх описати. Складність полягає в різноманітності стратегій навчання. Тому виникає проблема вибору найбільш ефективних стратегій для вивчення іноземної мови.

Відповідно теорії дослідників П. Біммеля та У. Рампілльона, стратегія навчання – це план дії для досягнення мети [2, с. 19]. З педагогічної та дидактичної точки зору, вони визначають особливості стратегії навчання таким чином:

- Навчальна стратегія – це план студента. Оскільки плани, як правило, усвідомлені, їх можна включати у зміст заняття. Набуті

стратегії навчання можуть бути автоматизовані, лише інтенсивно виконуючи вправи.

- План студентів включає в себе дії, які необхідно виконати, щоб досягти відповідно певної мети.

- Щоб скласти відповідну стратегію навчання, студенти повинні чітко уявляти свою власну навчальну мету [3, с. 53].

Термін спирається на центральний пункт когнітивної теорії, а саме, що людина має допитливий розум, який свідомо конструює ідеї, плани, тощо. Дослідник Р. Оксфорд визначає стратегії навчання як конкретні дії, поведінку або підхід, який використовується для поліпшення якості власної освіти [1, с. 73]. У визначенні терміну «стратегія» підкреслюється той факт, що мова йдеться про специфічні дії, що застосовуються вчителем і учнями для реалізації конкретних алгоритмів, щоб зробити освітній процес легшим, швидшим, приємнішим, ефективнішим та підходящим для кожного індивідуума.

Свідоме використання стратегій у щоденному вивченні іноземної мови може допомогти зробити теоретичні знання практичними, що, безсумнівно, призведе до покращення результатів у вивченні мови. Люди, які володіють знаннями про стратегії навчання іноземної мови, можуть чітко формулювати свої навчальні процеси, обирати релевантні стратегії для успішного та самостійного виконання мовних та комунікативних завдань. Навчання ж, засноване на стратегіях, можна розглядати як невід'ємну частину навчальної програми.

Особливості стратегій та їх властивості ведуть до розуміння людей як краще вчити/вчитися і нести відповідальність за своє навчання. За твердженням вчених це призведе до того, що людина буде продовжувати вчитися протягом всього життя. Усвідомлення необхідності ефективного використання стратегій вивчення іноземної мови дозволяє переглянути підхід до процесу навчання і змінити уявлення про вивчення мови. Цього можна домогтися різними прийомами, такими як обговорення, ігри, методом роздумів вголос, інтерактивними заняттями, майстер-класами, опитування тощо. Здається очевидним, що взаємозв'язок між цими складовими взаємовигідний, тому що він підвищує самостійність і вмотивованість студентів, а вмотивованість, як відомо, призводить до більш високих результатів в освоєнні мови та також дозволяє навчитися застосовувати ці стратегії у вивченні інших предметів.

Спираючись на вищеописані думки можна дійти висновку, що стратегії навчання – це навчальні моделі, які визначають чіткі результати навчання і спрямовані на їх досягнення за допомогою спеціальним чином сконструйованих навчальних алгоритмів.

1. Oxford R. *Language Learning Strategies* – USA : Rowley, Mass., Newbury House, 1999. 343 p.
2. Bimmel P. *Lernstrategien im Deutschunterricht* – Utrecht : Fremdsprache Deutsch, 1993. 219 p.
3. Bimmel P. *Handboek Ontwerpen Talen* (Kohnstamm kennisreeks) – Utrecht : Nederlandse editie, 2003. 342 p.

HOW TO IMPROVE LISTENING SKILL IN ENGLISH

Ozoda Keldiboyeva

(Chirchik state pedagogical university, Chirchik, Uzbekistan)

Scientific adviser – Khamitov Eldorbek

Listening is one of the most important human skills and without the ability to listen, understanding and even the ability to speak are inconceivable. Through this topic you could understand the ability of the listening skill and a student who cannot master the listening comprehension section moreover you will be able to consider methods intended for school students. Basically, this topic will be very useful for those who are preparing for IELTS. And at the same time, you will take information that can help you improve your listening also you will understand how to rise listening easily and quickly.

Many special exercises and games have been devised in order to further improve and develop the skill of the list. In addition, until now, scientists have conducted many studies in order to strengthen the skill of the list. One of this is the Audio-Lingual method. This method was used for the first time during the battle. All kinds of sounds that the fighters send to each other came from gestures. It was later refined and even brought into science. Mrs. Jalol Jalolov said: Listening comprehension is a three-stage activity, the content of the speech is perceived, learned and understood behind the general auditory perception (acoustic apperception), distinguishing the sound side of words (phonemics) and understanding the

essence. Interactive exercises and multimedia resources are available as well as effective, modern methods of teaching listening skills. Listening skills are best taught through simple, fun activities that focus more on the learning process than the end product.

In addition, increasing the level of knowledge of the English language in our country is one of the most important tasks in this regard. One of the ways to improve this level is listening ability, and this is one of the methods that is necessary and important for all students. Let me tell you my understanding of the methods that I have looked for and considered in order to increase this knowledge:

- Looking for keywords
- Looking for nonverbal cues to meaning
- Guessing meaning
- Knowing enough words
- Listen for feelings
- Listening with understanding
- Maintain eye contact

In these ways, you should be able to correctly adjust your hearing ability, work on yourself regularly and constantly, apply these methods for 2-3 hours a day, and of course rehearse through tests.

From this in the moving activities have 4 steps to analyze during the listening:

Step 1. In this case, choose short films or cartoons and you should watch 5-minute episode and analyzing it, not the whole movie.

Step 2. Watch the episode from beginning to end without stopping without subtitles and analyze how much you understand.

Step 3. Pause and analyze the episode. It is important not to stop and analyze when a new word comes out that is unfamiliar to you, but when you do not understand the meaning of the scene.

Step 4. To strengthen the result, watch the video again without stopping and without subtitles. Now about how we can strengthen our listening skills with the help of songs and podcasts.

Moreover, you should practice with songs and first find your favorite song or podcast with lyrics. Then listen to it carefully and write quickly what you hear. After listening, compare the answers with the text you wrote. If you do these exercises every day, your listening skills will improve faster. In addition, this method helps to improve the level of students who are preparing for IELTS or who have difficulty with listening. Not only this way but also you can also try using the Coursebook Audios.

If you use Coursebook Audios, it will help you improve your listening at the same time it will help your reading skill. Because you will read the exercises in the coursebook while listening to the audios, which will help you develop your reading skills. If you do these exercises every day during the day, as a result, you will witness how quickly and qualitatively your listening skills have increased.

As a result of my research, I came to the conclusion that in order to improve the listening skill, we should spend at least 3-4 hours every day doing various exercises that develop the listening skill. For students who want to improve the listening skill in English and those who are preparing to take the IELTS and are facing different problems in the listening skill. I would advise students to use the Audio-Lingual method, listen to podcasts, watch movies or engage in various listening exercises.

1. Byrnes H. The Role of Listening Comprehension: A Theoretical Base. Foreign Language Annals . — 1984.
2. Jalolov J. Chet til o'qitish metodikasi. Toshkent. — 1996. — 171-178 p.
3. Vandergrift L. Facilitating Second Language Listening Comprehension: Acquiring Successful Strategies. ELT Journal. — 1999.
4. <https://journalpro.ru/articles/chet-tilini-o-qitishda-eshitish-ko-nikmasini-rivojlantiruvchi-interfaol-usullarning-ahamiyati/>
5. https://yandex.ru/images/search?from=tabbar&text=how%20to%20improve%20listening%20skills%20in%20english&pos=28&img_url=http%3A%2F%2Fslideplayer.com%2Fslide%2F5792343%2F19%2Fimages%2F21%2FListening%2BStrategies%2BTeach%2Bstudent%2Bhow%2Bto%2Blisten%2BLooking%2Bfor%2Bkeywords.jpg&rpt=simage&lr=114900
6. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022

THE USE OF ONLINE SERVICE LEARNINGAPPS.ORG IN TEACHING VOCABULARY

Kovalenko H. V.

(T. H. Shevchenko National University "Chernihiv Colehium")

Supervisor – candidate of Pedagogical Sciences, associate professor of the

Department of Pedagogy and Methodology of Teaching Foreign

Languages Byriuk O. V.

Nowadays, distance learning is the leading form of education in Ukraine. It differs greatly from offline work and, as a result, it requires the usage of new approaches and tools. The main attention should be paid to online platforms and applications that enable teachers and students to interact actively and organise the process of studying effectively. A wide range of such online resourses is game-based which is an advantage. It is noted that using gamification in education context can motivate students and stimulate their interest, create an exciting experience for them and promote learning and problem solving [1, 86]. Yousef D., Baadel S., Makad R. point out that game-based learning has a positive impact on students' level of motivation, memorization and creativity [2]. The use of online platforms is relevant to teaching English because it gives an opportunity to diversify the process of studying and practise all the necessary aspects of language, in particular vocabulary which is definitely its integral part.

The purpose of this work is to describe the features of the online service LearningApps.org and define how it can be used in teaching vocabulary.

LearningApps.org [3] is a completely free online service where teachers can find a library of ready-made exercises or create their own tasks using different templates. It is convenient that teachers can take an exercise ready to use and edit it as they save their time in this way. However, there is a wide range of templates (matching pairs, freetext input, fill table, crossword, etc.), therefore teachers can make unique and interesting exercises using their imagination and creativity. It is useful that texts, pictures, audio and video materials can be added to a teacher's app. It is also possible to change the background of exercises to make them more attractive. What is more, the final result can be shared via link or QR code. Another important function of this platform is the possibility to organise collaborative work. A teacher can create a set of necessary exercises, give students a link or QR code and monitor their progress by using a table in

their personal account. Moreover, students may be given an opportunity to create their own apps that will be visible and available for other participants. They may be used for group work in lessons or for individual training as part of home work.

The online service LearningApps.org can be used in different ways while teaching and learning English and it is particularly helpful while practicing vocabulary. Teachers can create diverse exercises to overcome difficulties that are caused by different linguistic features of lexical units. The first group of the difficulties is related to the form of words (pronunciation, spelling, word formation and grammar). Regarding pronunciation, there can be problems with homophones. To deal with them the template “Pairing game” may be used: students have to find the right pairs of homophones (e.g. *here – hear; I – eye; buy – bye*). As for difficulties in spelling, the exercises called “Guess the word”, “Freetext input”, “Crossword” and “Word grid” may be helpful. There are challenges with word formation, therefore it is useful to prepare for students such tasks as “Group assignment” and “Fill table” which allow learners to group the given words according to parts of speech. Concerning the grammatical form, the template “Matching pairs” may be suitable, for instance, in case of learning irregular plural nouns (e.g. *a man – men; a child – children; a tooth – teeth*). The second group of the difficulties is related to the meaning of words. For example, while working with the direct and figurative word meaning, teachers can create exercises like “Group assignment” to differentiate the senses of the words in sentences and “Multiple-choice quiz” / “The millionaire game” to determine the meaning and choose the right option or mark True/False statements. Students also tend to confuse synonyms, that is why it is useful to do such exercises as “Multiple-choice quiz” / “Millionaire” in which they have to choose the right option and “Close text” which requires to write the correct synonym (e.g. *say – tell – speak*). The third group of the difficulties is caused by the compatibility of lexical units. Mistakes are often made because of the interference of the native language. For example, there are differences in the usage of prepositions in Ukrainian and English. After comparing collocations in both languages, a teacher can give students “Multiple-choice quiz” or “Freetext input” to choose/write the right prepositions (e.g. *to listen to; search for; provide with*). This is far from all possible options of using the templates because all depends on the lesson objectives and the creator’s imagination.

To sum up, the online service LearningApps.org is a free and modern platform for creating tasks and it is undoubtedly useful in teaching foreign languages, in particular vocabulary. A large variety of templates enables teachers and learners to create various fascinating exercises and share them with others. The tasks are game-based, therefore students are interested in doing exercises and do not lose their motivation while training. It is possible to organise both individual and group work on this platform that makes the learning process interactive and flexible. Taking into account that online learning is widespread now, teachers should use actively online services like LearningApps.org in order to improve their students' learning efficiency.

1. Susanti E. R., Suryati N., Astuti U. P. Students' perception on the utilization of Learningapps.org for self-study materials / E. R. Susanti, N. Suryati, U.P. Astuti // *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. – 2021. – Vol. 612. – P. 86-90.
2. Yousef D., Baadel S., Makad R. Exploratory Study on the Impact of Game-Based Learning on Student Engagement / D. Yousef, S. Baadel, R. Makad URL: https://www.academia.edu/22170342/Exploratory_Study_on_the_Impact_of_Game_Based_Learning_on
3. LearningApps.org: website: URL: <https://learningapps.org/> (accessed 23.10.22).

СУЧАСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРИ

Ковінько А. П.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Черник М. В.

Наукові спроби з'ясувати психологічні джерела, сутність, особливості, історичний розвиток гри приводили вчених до різних концептуальних висновків, що було зумовлене різними теоретичними засадами, методологічними принципами, фактами, якими послуговувалися вони. Використання сучасних зарубіжних теорій “ігротерапії”, методологічною основою яких є неофройдизм, сприяє нормалізації стосунків дитини з навколишньою дійсністю, оскільки гра знімає негативізм, ліквідує егоїзм, вередування тощо, “поліпшує природу дитини”.

За висновками більшості вчених відображення дитиною у грі взаємин дорослих, явищ суспільного життя є передумовою глибокого пізнання навколишньої дійсності, прагнення брати участь у житті дорослих. У великій кількості досліджень порушено різноманітні аспекти цієї проблеми: формування ігрового колективу протягом дошкільного віку під впливом повноцінної ігрової діяльності (В. Воронова), виховання організованості дітей у творчій грі (А. Матусик), виховання у дошкільників інтересу до праці дорослих (І. Власова), до школи (В. Гелло) та ін [1, с. 19]. Загалом, усі вони по-своєму аргументують, деталізують положення, що гра своїм змістом передбачає організацію дитячого товариства, а тому важливо, щоб вона втілювала позитивні явища навколишнього життя.

Для педагогічних досліджень методологічного значення набуває положення: теорія педагогіки може розвиватися й збагачуватися лише на основі постійної взаємодії таких сфер діяльності людини, як наукова і практична.

Сучасні психолого-педагогічні дослідження гри характеризуються зближенням поглядів на неї як на провідну діяльність дітей дошкільного віку, аналізом її виховних можливостей і засобів їх актуалізації. На цих проблемах зосереджувався Л. Виготський і вчені, які репрезентують його школу (О. Запорожець, Д. Ельконін, О. Усова та ін.). Вони переконували, що виховний потенціал гри може бути реалізованим тільки за умови спрямування її дорослими.

Останнім часом дослідники (Н. Михайленко, Н. Короткова) виявляють зацікавленість не так феноменом гри, як сутністю, структурою, динамікою стосунків, що в ній складаються [1, с. 23]. Цей напрям наближений до сучасних концепцій дошкільного виховання, що розглядають гру як джерело формування особистості.

Сучасні українські науковці (Л. Артемова, Г. Григоренко, К. Щербакова та ін.) досліджують формування суспільної спрямованості дитини дошкільного віку у грі, розвиток моральних стосунків у творчих іграх тощо. За їхніми твердженнями, гра містить більші можливості для формування особистості дошкільників, ніж будь-яка інша діяльність, оскільки мотиви її мають велику спонукальну силу і дітям зрозуміле співвідношення мотиву і мети гри.

На основі вище вказаних досліджень, вчений Д. Б. Ельконін визначив чотири рівні розвитку дитячих ігор [2, с. 5].

Перший рівень – це ігрові дії дитини, які відтворюють поведінку дорослих і спрямовані на іншу людину, тобто ігри, які передбачають найбільш просту форму людського спілкування.

Другий рівень – ігрові дії, які послідовно відновлюють систему діяльності дорослих з початку й до кінця.

Третій рівень пов'язаний з виділенням у грі певної ролі дорослого та її виконанням.

Четвертий рівень передбачає здібність гнучко змінювати тактику поведінки й переходити від однієї ролі до іншої в межах розвитку сюжету однієї й тієї ж гри, контролюючи не тільки свою, але й чужу рольову поведінку, розігруючи в грі цілісну сюжетно-рольову виставу

Д. Б. Ельконін прийшов до висновку, що в дітей на першому етапі в іграх прослідковується лише вивчення предметної їх діяльності, другий етап відображає систему взаємин між людьми, третій етап – передбачає підпорядкування гравця правилам суспільної поведінки та суспільних взаємин між людьми.

1. С. Б. Мудрик. Походження гри. *Молодіжний науковий вісник*. 2012. С. 19–23.
2. Флод Л. С. Рольова гра у навчанні англійської мови. *Англійська мова та література*. №4. 2010. С. 2–8.

DISTANCE LEARNING IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES

Kozlova V. A.

(Sumy State University)

Research supervisors – Lecturer Nazarenko O. V.

(Sumy State University)

Cvelich M. (European Court, Luxembourg)

Educators are constantly looking for new forms of teaching that help to retain students' motivation for learning. Distance learning is one of the new forms of education, but it is not an absolute innovation in the educational process, as it is already widely used to teach children.

The main reasons for the popularity of this type of education is people's desire to acquire education without taking a break from work, the need to look after young children or elderly relatives and also the

competition of the workforce. Its popularity is also influenced by the increasing proliferation of university exchange programmes that allow students to study at foreign educational institutions without having to leave home.

Moreover, the epidemiological situation in the last two years has provided a great impetus for the development of this type of education. Distance learning makes it possible to tackle these pedagogical tasks:

- developing students' cognitive activity, critical thinking and the ability to discuss different points of view;
- creation of an effective learning environment;
- providing equal opportunities for pupils to acquire education in any region of the country and beyond its borders;
- improvement of the quality of education through the use of the pedagogical potential of educational institutions;
- increasing the social activity of students and broadening their horizons [1].

Current realities and the transition of educational institutions to distance learning have shown that in today's reality it is already difficult to imagine the process of teaching foreign languages without using online tools. The experience of distance learning has not only highlighted the knowledge deficits in the field of information education, but also added a new dimension to the current learning process. It can be noted that a lot of online tools are now actively used by teachers in English lessons in secondary schools.

One of the services widely used in both schools and higher education institutions is LearningApps.org service [2]. The aim of the LearningApps.org is to support educational processes through interactive units. The blocks already created on the service can be used both during distance learning and during school lessons using interactive whiteboards or a computer. The blocks can be created independently as well as using ready-made templates.

All of the activities created using this service are presented in a playful form that allows you to create motivational conditions aimed at completing the tasks. LearningApps.org. has a large number of add-ons which allow you to create your own activities in blocks. The software consists of six sections, each with templates for creating activities that have a call-to-action feature, making it possible to instantly check the correctness of an assignment.

A key feature of this service is that the programs in LearningApps.org are multimedia in nature, allowing the use of video and audio fragments, various drawings and text. This educational portal influences the formation of communicative skills in students. Students can only start the next assignment after the previous one has been successfully completed, which prevents learning errors with the wrong version of the answer. This peculiarity of the add-ons allows students to learn from their mistakes while working remotely.

Thus the use of distance learning is an integral part of the modern education system, in particular the teaching of foreign languages. A wide range of online services and software greatly empowers teachers and contributes to making learning more effective.

1. Вишнівський В. В., Гніденко М. П., Гайдур Г. І., Ільїн О. О. Організація дистанційного навчання. Створення електронних навчальних курсів та електронних тестів. Київ: ДУТ, 2014. 140 с.
2. Сервіс LearningApps.org URL: <https://learningapps.org/> (дата звернення: 12.05.22)

АВТОНОМІЯ УЧНЯ ЯК СТРАТЕГІЯ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Коровай М. В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Чепелюк А. Д.

Актуальність обраної теми можна пояснити динамікою тенденцій у вивченні іноземних мов у навчальних закладах усіх рівнів. Сьогодні Україна прагне вступити до Європейського Союзу, то для молоді є важливим уміти вести діалог з представниками інших держав, інших шкіл, університетів і т. д. Сучасні навчальні заклади мають створити атмосферу, за якої вивчення будь-якої іноземної мови було б аргументовано корисним.

Принцип розвитку автономності студентів та учнів необхідний для того, щоб сформувати в них готовність і здатність самостійно працювати над вивченням мови. Завдання вчителя полягає у тому, щоб допомогти всім учням усвідомити власний підхід до вивчення

іноземної мови, познайомити їх з різними формами роботи та, відповідно, з різними засобами навчання.

Слід враховувати кількісний і якісний склад навчальної групи. Серед учнів можуть бути діти з різним рівнем підготовки, тому вчителю варто звертати увагу на індивідуальні особливості учнів, на їх мотивацію до вивчення мови та організувати навчальний процес таким чином, щоб кожний учень міг реалізувати свій творчий потенціал.

Одним з важливих завдань навчально-виховної роботи є формування самостійності учня і умовою для цього є саме автономність учня. Шлях до автономності - це, з одного боку, ознайомлення учня з широким спектром методів та прийомів роботи над вивченням іноземної мови, з іншого, створення інтерактиву на заняттях. Як приклад, педагог може використовувати різні форми вивчення мови: перегляд відео з наступним обговоренням, аналіз текстів, читання та обговорення інформативних та художніх творів, переклад художніх творів, написання власних творів, листів, і т. д.. На заняттях учні зможуть презентувати свої індивідуальні досягнення, що буде додатковою мотивацією для досягнення кращих результатів.

1. Методика викладання англійської мови: навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів / уклад. Холод Ірина Василівна. – Умань : Візаві, 2018. – 165 с.
2. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. та ін./ за загальною. ред. С. Ю. Ніколаєвої. – К. : Ленвіт, 2013. – 590 с

CRITICAL THINKING IN PRIMARY EDUCATION

Umida Qurbonova

(Chirchik state pedagogical university, Chirchik, Uzbekistan)

In today's competitive, fast-forwarding world everybody desires to out-think or out-do in almost every field. So if it continues on this way how can we help to younger generation to be ready? The answer is only to be logical, as relying on feelings, irrational thought have a dead end.

First of all logic directly links to systematic thinking. According to Wikipedia systematic thinking is a way of making a sense of the complexity of the world by looking at it in terms of wholes rather than splitting it down in many parts.

“There are seven most common types of thinking:

- creative thinking
- analytic thinking
- critical thinking
- concrete thinking
- abstract thinking
- divergent thinking

-convergent thinking”-says Midwalley writer Tatiana Azman. If we look at them directly, education, in most cases, assists to develop these thinking: analytic and concrete thinking through facts while Abstract from philosophy. Divergent and Convergent thinking, problem solving in other words, come from daily life or just looking up to their parents. However, our education system sometimes limits the critical thinking and creative thinking: Creative thinking is, basically, ability to look at past established thoughts, theories, rules and procedures from different aspects-explains Azman-while, Critical thinking is person exercises careful evaluation or judgment Rather than breaking down into parts, critical thinkers explore other elements that could impact the conclusion”- continues Azman.

Nowadays, successful coaches always criticize the education system and some parent-child relationship. It is because, mostly, hierarchy, which is older ones are always correct, even when they are wrong, has a strong presence in some countries. When youngsters ask questions in particular subject, parents ought to explain clearly, not just saying “this is how it is”, especially, 3-5 year-old-children are curious from the nature. If parents shut their children up, it continues through their life. After childhood, in primary and secondary years of school, pupil should be taught not to be afraid of question facts instead of obeying blindly.

However, not only children but also adults also tend to obey ones who are higher than them. It was shown by Milgram’s experiments which were conducted by Yale University psychologist Stanley Milgram (1965). This experiment consists of: paid actors, “authority”, real teachers. First of all, teachers are told to increase the degree of the shock until 450 V, which is dangerous to human life, by “authority”. While actors acted like they felt

the pain. Despite screaming, begging, crying, teachers kept going up until 450 V.

“It may be that we are puppets- puppets controlled by the string of society. But at least, we are puppets with perception and awareness. And perhaps, our awareness is the first step to liberation”-wrote Stanley Milgram.

Coming back to Critical thinking, research showed that, this thinking allows using discipline and logical skills which leads to come up with Creative thinking, while evaluating the different views, they go deep down into every aspect of it. (Parentingforbrain.com). Questioning everything leads to develop reasoning in children which makes to think independently and make judgments in the future.

According to parentingforbrain.com, parents should encourage questioning and curiosity. When many “why”s occur for particular situation, it also develop analytical thinking. Additionally, adults should be open to new ideas and perspectives, in order to discuss and accept the ideas from their children.

1. <https://edubirdie.com/examples/purpose-of-critical-thinking-in-higher-education/>
2. <https://www.parentingforbrain.com/critical-thinking-for-kids/>
3. <https://www.verywellfamily.com/how-to-teach-your-child-to-be-a-critical-thinker-5190765#toc-how-to-teach-kids-to-be-critical-thinkers>
4. <https://blog.mindvalley.com/types-of-thinking/>
5. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
6. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
7. Gazieva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
8. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
9. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.

10. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

МІЖПРЕДМЕТНІ ЗВ'ЯЗКИ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ

Луньова Л. О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Мовчан Д. В.

Освіта та виховання сучасної молоді людини, її гармонійний розвиток вимагають органічного поєднання комплексу знань, умінь і навичок, які набуваються в процесі засвоєння шкільних предметів. Реформа освіти в Україні передбачає оволодіння учнями глибокими й міцними знаннями основ наук, засвоєння провідних ідей навчальних дисциплін, вироблення комунікативних умінь і навичок гармонійно розвиненої особистості та громадянина нашої держави. З огляду на це міжпредметні зв'язки у навчальному процесі набувають особливої ваги, будучи важливою ланкою в організації якісного та плідного освітнього процесу.

Міжпредметні зв'язки слід розуміти як включення в урок завдань з матеріалу інших предметів, що мають допоміжне значення для вивчення теми [1, с.11].

Взаємозв'язки іноземної мови з іншими навчальними предметами багатофункціональні і різноманітні. Найбільш ефективні шляхи вдосконалення навчального процесу з іноземних мов за умови використання міжпредметних зв'язків можна прослідкувати як у вдосконаленні змісту навчального предмета, так і його процесуальної сторони [2].

Іноземна мова й українська мова та література. Доречно використовувати цей зв'язок під час вивчення різних розділів мови: граматики, лексики, фонетики, морфології, синтаксису та словотвору. Завдання на співвідношення іноземної мови з її українським еквівалентом можуть сприяти не тільки більш глибокому оволодінню іншою мовою, але й стимулювати зацікавленість учнів до її вивчення.

Взаємозв'язок *іноземної мови та історії*. Оволодіваючи іншомовними знаннями, вміннями та навичками, учні знайомляться з історичними подіями та фактами з історії країн, мова яких вивчається. Нерідко вчитель вдається до порівняльного аналізу традицій та звичаїв двох країн, що дозволяє знайти схожість та відмінність між представниками різних культур, сприяє розвитку інтеркультурної компетенції учнів.

Іноземна мова та математика. Вчителі використовують знання з математики при вивченні чисел, дат, років, читанні тексту про відомі математичні відкриття, представників математичної науки і т. д. До таких уроків відносять лекції, тематичні бесіди, рольові ігри, уроки розв'язування задач та уроки доказу математичних формул. На основі математичних знань учні закріплюють вивчений лексичний матеріал та розвивають загальні арифметичні та вимірвальні навички.

Зв'язок *іноземної мови та інформатики* може бути реалізований шляхом використання сучасних технологій, які, як ніколи раніше, набули актуального значення (онлайн-тестування, участь в онлайн-конференціях та вебінарах, закріплення знань та здобуття нових на навчальних платформах та через мобільні застосунки).

Іноземна мова та фізкультура. Будь-який урок іноземної мови супроводжується фізкультхвилиною, що сприяє вирішенню виховних і оздоровчих завдань, сприяє підвищенню пізнавальної мотивації та ефективності навчання.

Іноземна мова і музичне та образотворче мистецтво. Використання музичних динамічних пауз дозволяє уникати «перевантаженості» уроку, допомагає включити в активну пізнавальну діяльність резервні можливості особистості кожної дитини, створює передумови для дружньої колективної роботи в атмосфері позитивних емоцій. Використання музичних текстів сприяє розвитку слухової уваги і контролю, удосконалює роботу артикуляційного апарату. При навчанні іноземних мов особливе значення мають візуальні відчуття. У процесі оволодіння писемними навичками провідне значення мають зорові сприйняття й сприйняття, пов'язані з моторикою руки. Саме тому на допомогу у засвоєнні іншомовного матеріалу приходять використання зв'язків іноземної мови та образотворчого мистецтва.

Отже, актуальність міжпредметних зв'язків у навчанні іноземної мови очевидна. Вона зумовлена сучасним рівнем розвитку науки, на якому яскраво вираженим є зв'язок суспільних, природничих і технічних знань. Міжпредметні зв'язки відіграють важливу роль у підвищенні практичної та науково-теоретичної підготовки учнів, суттєвою особливістю якої є оволодіння школярами узагальненим характером пізнавальної діяльності.

1. Волкова Н. П. Педагогіка. К. : Академія, 2001. 576 с.
2. Yolanda Ruiz de Zarobe, Juan Manuel Sierra, Francisco Gallardo del Puerto Content and Foreign Language Integrated Learning. Contributions to Multilingualism in European Contexts. Bern, 2011. 343 pp.

PROBLEMS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES IN PRIMARY EDUCATION

Maxmudjonova Umida

(Chirchik state pedagogical university, Chirchik, Uzbekistan)

In today's modern world, enormous number of individuals is in the mood for learning foreign languages, especially English, as its influences are increasing day by day. Also, learning English is a crucial key that opens loads of doors including business, communication and travelling all around the world. This is because, the young generation is encouraged to learn English at an early ages. This might arise tons of adversities to teachers who are responsible for improvement of student's language learning skills and maintaining students' attention, motivation as well as their interest.

To start with, legions of countries of the world endeavors to teach English to the young children in their early ages which can be challenging and demanding for teachers. What pain points can be observed, while teaching the foreign language?

The foremost issue to consider is that, students of primary schools are already learning several subjects. Adding a foreign language as a subject could make effective learning untenable. The children might be exhausted or have lack of interest while they are forced to learn extra subject irrespective of their heaps of energy.

The second considerable problem is a LARGE NUMBER OF STUDENTS IN THE CLASSROOM. This is difficult to gather student's

concentration and restrain them. It might affect negatively the productivity of teachers and efficiency of lessons.

The next problem which stands behind the teaching foreign language is USING NATIVE LANGUAGE. It is absolutely straightforward for students to communicate in their own language. Although, speaking in your native language facilitates the process, it might not be profitable if you want to boost your level.

Another problem is DISTURBED ENVIRONMENT IN THE CLASSROOM. Abundance number of teachers encounters environmental problems in teaching English. The disturbing atmosphere like plethora of documentations which must be done and making too much noise by students distract the teacher as well as students also are likely to lose their potential while they are taught.

This article has tried to demonstrate some pain points which can be faced by teachers in primary education. The children are really enthusiastic and they tend to learn anything faster compared to teenagers and adults. The learning together, playing games in a foreign language, singing songs in a foreign language, reading books, including a foreign language into student's daily activities might help teachers to cope with the possible problems.

1. <https://adilblogger.com/problems-faced-teachers-teaching-English-language/>
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-and-their-solutions-in-foreign-language-education>
3. <https://www.allisonacademy.com/parents/parenting/foreign-language-teaching-methods/>
4. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
5. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
6. Gazieva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
7. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.

8. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
9. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Муштай К. В.

(Сумський державний університет)

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

В умовах Нової української школи вкрай актуальним є пошук, вдосконалення та подальше використання ефективних технологій навчання іноземної мови учнів початкової школи, які мають робити процес навчання мові захоплюючим, сприяти повноцінному розвитку основних мовних компетенцій учнів під час засвоєння іншомовної лексики. Мета використання в навчанні сучасних технологій, підходів та вправ – активізувати участь дитини в обговорюванні тем уроку з іноземної мови та максимально зацікавити її в навчанні. Застосування сучасних технологій навчання обумовлює забезпечення якісного комунікативно мовленнєвого розвитку учнів молодших класів.

Серед основних характеристик технологій навчання слід виокремити такі: результативність (високий рівень досягнення поставленої мети навчання кожним учнем), економічність (передбачається, що за одиницю часу має засвоюватися великий обсяг навчального матеріалу за найменших витрат зусиль на оволодіння ним), ергономічність (навчання має відбуватися в обстановці співпраці, позитивного емоційного мікроклімату, за відсутності перевантаження та перевтоми), висока мотивованість у навчанні (спрямована на підвищення зацікавленості до занять та удосконалення кращих особистісних якостей учня, розкриття його потенціалу).

У методиці викладання іноземних мов до сучасних технологій навчання англійської мови у початковій школі прийнято відносити:

центроване на особистості учня навчання, навчання у співпраці, проектні технології, застосування мовного портфеля учня, арт-технології, а також інформаційні технології.

Особливий інтерес викликають проектні технології, що являють собою різновид творчої роботи учнів молодших класів, які за керівництва вчителя або самостійно вчать створювати зміст своєї іншомовної навчальної діяльності під час підготовки та подальшого захисту обраного проекту.

Під час проектної роботи молодші школярі залучаються до пошукової, навчально-пізнавальної діяльності. Відбувається формування дослідницьких, інформаційних, комунікативних, компетенцій, розвивається креативність та стимулюється інтелектуальна активність дітей.

За проектною технологією навчання дітей молодших класів передбачається виконання наступних типів завдань-проектів: інформаційні (“*My Pet*”, “*My Letter to an English Pen friend*”, “*My Personal File*” etc); художні (“*The Best New Year Postcard*”, “*We Make a Comic Strip about Our Pets*”, “*Your Family Washing Line*”, “*We Make a Collage about Weather*” etc); рольово - ігрові (“*Interview Your Classmate*”, , “*Let’s Make Lunch Together*” etc); театральні (“*The ABC Party*”, “*Merry Christmas*”, “*Mother Goose Party*”, “*Hot Cross Buns*” etc); дослідні з використанням елементів дослідження, наприклад, анкетування у межах проектного завдання, що пропонується [1, с. 42].

Мовний портфель як сучасна технологія мовної освіти учнів молодших класів являє собою сукупність прийомів та способів освітньої діяльності, що характеризуються наявністю чіткого алгоритму дій, етапів та операцій на шляху до поставленої мети. В цілому мовний портфель для учнів молодших класів представляє собою пакет документів, спрямуванням якого є надання можливостей кожній дитині фіксувати та оцінювати свої досягнення та досвід оволодіння іноземною мовою самостійно. Цінністю мовного портфеля як сучасної технології навчання іноземній мові є те, що її запровадження сприяє формуванню у учнів молодшого шкільного віку уміння визначати мету навчання, способи її досягнення, спроможності оцінювати процес і результативність навчання лексиці.

В основі арт-технології закладена концепція емоційної пам'яті. Завдяки їй, як вважають багато вчених, людина запам'ятовує більшу частину інформації. Отже, візьміть альбомний аркуш і намалюйте на ньому картинку за допомогою кольорових олівців або фломастерів.

Біля картинки напишіть англійською, що вона зображує. При цьому ваші творчі здібності ніякої ролі не грають. Важливо концентруватися на назві того предмета, який ви малюєте. Такий метод дуже часто застосовується при навчанні англійської маленьких дітей. Так що це ще один плюс до запам'ятовування слів [2, с. 176].

В умовах сьогодення найбільш перспективними сучасними технологіями є інформаційні технології які спрямовані на результативне навчання іноземній мові учнів молодшої школи.

Застосування інформаційних технологій у навчанні іноземних мов, полягає в розробці і використанні програмних засобів навчального призначення. Програмні засоби повинні відповідати вимогам освітніх стандартів та передбачати можливість їх використання як для самостійної роботи учня, так і в навчальному процесі, під час уроку [3, с. 74].

Завдяки інформаційним технологіям прискорюються процеси сенсорного сприймання учня, активізується його інтелектуальна, рухова, вольова та емоційна сфери і тим самим збільшується міцність запам'ятовування навчального матеріалу, оскільки в більшій мірі стимулюються різні мотиви їхньої діяльності: ігрові, комунікативні, лінгвопізнавальні, соціокультурні, естетичні тощо. Зокрема, корисними для оволодіння учнями початкової школи є прийоми формування потенціального словника, а також встановлення металінгвістичних зв'язків між українською та англійською мовами є завдання, які в цікавій і доступній формі, із залученням піктограм та інших засобів візуальної мнемоніки графічного інтерфейсу комп'ютерної програми, привертають увагу дітей до так званих слів - «родичів», які походять від спільних мов індоєвропейської прамови, а саме *mother, brother, sister, son.* або: бути –*be*; їсти –*eat* ; кіт –*cat* і та інші.

Наведені сучасні технології навчання у початковій ланці шкільного курсу з іноземної мови мають значний позитивний вплив на підвищення якості організації навчально – виховного процесу та на формування учнів молодших класів як активних суб'єктів процесу навчання іноземній мові.

1. Коломінова О. О., Роман С. В. Сучасні технології навчання англійської мови у початковій школі. *Іноземні мови.* 2010. № 2. С. 40-47. URL: <http://surl.li/cbaxa> (дата звернення: 23.05.2022).

2. Комісаренко Т. Методи ефективного вивчення англійської мови. *Іноземна мова у професійній підготовці спеціалістів: проблеми та стратегії проблеми та стратегії*: матеріали III Міжнар. наук-практ. інтернет-конф., м. Кропивницький: РВВ ЦДПУ ім. В. Винниченка, 20 лютого 2019 р. Кропивницький. 2019. С. 176-177. URL: https://www.cuspu.edu.ua/images/conferences/2019/m02/maket_2019.pdf (дата звернення: 23.05.2022).
3. Шемякіна Н. В. Використання електронних засобів навчання у процесі викладання іноземних мов. *Інноваційні технології навчання іноземних мов професійного спрямування*: матеріали доп. наук.-метод. семінару, м. Київ, 23 лютого 2017 р. 2017. С. 74-78. URL: <https://www.naiiu.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovi->

КРАЄЗНАВЧИЙ ТЕКСТ В ІНОЗЕМНІЙ АУДИТОРІЇ

Огундіму Еїтайо Даніель

(Полтавський державний медичний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Тукова Т. В.

Привабливість отримання вищої медичної освіти в Україні призводить до щорічного збільшення чужоземних здобувачів освіти, кожен з яких зазвичай володіє кількома мовами – принаймні рідною та однією зі світових. Опинившись у нових умовах незнайомої країни іноземець опиняється у ситуації «культурного шоку». Стрессова ситуація пов'язана з необхідністю контактувати з оточенням в офіційній, професійній та побутовій сферах, враховуючи традиції нового життєвого простору. Вивчення державної мови стає життєвою необхідністю, спонукаючи набуття мультикультурних компетентностей. Зазначається, що «найефективніше реалізувати мету навчання української мови як іноземної допомагають засоби мови і культури, їхній своєрідний симбіоз, який дає змогу іноземним студентам у порівнянні пізнати культуру народів, ментальність, звичаї та традиції, розширює їхній світогляд» [1, с.305]. Ефективним шляхом подолання проблем, пов'язаних із вивченням української мови як іноземної, стає краєзнавчий матеріал, який дозволяє застосувати інтегративний підхід, за допомогою якого пришвидшується процес пізнання як оточуючого середовища, так і набуття мовних, мовленнєвих та комунікативних компетенцій. На прикладі

використання навчального посібника з української мови для іноземних студентів «Знайомтеся: Полтава» [2] покажемо можливості реалізації такого підходу.

Посібник складається з 5 розділів, матеріал яких охоплює відомості про сучасність та історію виникнення міста над Ворсклою, його географічне положення, парки та сквери, вулиці та майдани, пам'ятники, театри та музеї. В основі навчального процесу – робота над текстом. Робота над навчальним текстом передбачає дотекстові, текстові й післятекстові завдання. Подолання труднощів лексико-граматичного й лінгвокраєзнавчого характеру передбачено у першій групі завдань. Набуваючи мовних та мовленнєвих компетенцій здобувач освіти перш за все знайомиться не лише з новою лексикою, але і з граматичними категоріями іменника, дієслова та займенника. Посібник передбачає завдання на закріплення навичок словозміни та формотворення іменників і прикметників, відмінювання займенників різних лексико-граматичних розрядів, дієвідмінювання різного типу. Знаходження коренів та афіксів у словах різних частин мови, опрацювання найтиповіших українських словотворчих моделей сприяють баченню системи мови, допомагають у набутті необхідних мовних компетентностей. Врахований синтаксичний аспект, який передбачає завдання на вправне володіння узгодженням іменників та прикметників, дієслівне керування, роботу з певними моделями речень (типу *Що? (Н. в.) є що? (Н. в.); Що? (Н. в.) називають як? чим? (О. в.); Що? (Н. в.) розповідає про що? (З. в.)* тощо)

Текстові завдання орієнтовані на розуміння змісту тексту, а післятекстові передбачають автоматизацію навичок у вживанні лексико-граматичного матеріалу. Мета кожного розділу – формування компетентностей діалогічного й монологічного мовлення в різних соціальних та побутових ситуаціях.

Передбачена продуктивна усна й письмова діяльність здобувача освіти: написання листів, есе, проведення екскурсій, складання розповідей тощо. Науковці зазначають: «Пізнавальні краєзнавчі тексти покликані заохотити студента до пошуку нової інформації й самостійного ознайомлення з архітектурними та історичними пам'ятниками, культурними закладами і цікавими місцями ..., що, врешті-решт, сприятиме розвитку мовленнєвих умінь іноземців у ситуації безпосереднього спілкування з носіями мови» [3, с. 278]. Тому у навчальному посібнику «Знайомтеся: Полтава» пропонуються завдання на розвиток пізнавальної діяльності студентів-інофонів –

пошук певної інформації про цікаві історичні факти, архітектурні та природні родзинки Полтави. Це не лише сприятиме соціокультурній адаптації, але і забезпечить розвиток комунікативних навичок та вмінь, допоможе у формуванні позитивного образу України, стимулює інтерес до української культури [3, с. 278].

Формуванню мультикультурної компетенції сприяють завдання на порівняння умов життя людей у рідній країні іноземних здобувачів освіти та полтавців, релігійних традицій, роботи освітніх закладів і т.ін. Діалог культур інтенсифікує пізнавальну діяльність через включення особистісної та емоційної сфер.

Навчальний посібник демонструє доцільності та необхідності використання краєзнавчих матеріалів у процесі навчання іноземної мови і культури, показує можливості інтегрування навчального, пізнавального та виховного матеріалу, демонструє реалізацію комунікативного підходу до навчання мови з урахуванням інтенцій чужоземців на всіх етапах навчання.

1. Кудрейко І., Новикова Ю. Формування мовленнєвої компетенції іноземних студентів підготовчого факультету: краєзнавчий аспект. Теорія і практика викладання української мови як іноземної. 2013. Випуск 8. С. 298–306.
2. Тукова Т. В. Знайомтеся : Полтава : навчальний посібник з української мови для іноземних студентів. Полтава: ПП «Астрия», 2020. 116 с .
3. Швець Г. Д. Теорія і практика навчання української мови іноземних студентів гуманітарних спеціальностей: монографія. Київ: Фенікс, 2019. 529 с.

BEST WAYS OF VOCABULARY MEMORIZATION

Khayitkhon Tukhtaboeva

(Chirchik state pedagogical university, Chirchik, Uzbekistan)

Coming to these days being able to speak more than one language is increasingly seeking skill. However, studying foreign language does not mean only vocabulary perhaps means more than it. It takes an additional amount of time but at the end it worth, as it gives us widen access to education and information which allows connect with all over the world and

makes life more interesting. It is too difficult to decrease the importance of learning foreign language in an increasingly globalized world. Foreign language is significant for learners because it opens up new worlds of possibilities.

The four main aspects one has to master when learning a foreign language are grammar, vocabulary, pronunciation, and syntax. Now we talk about vocabulary. Vocabulary is essential because:

- It allows us to successfully communicate ideas and express ourselves accurately.
- It is important for language development and improving general literacy skills.
- It improves reading comprehension, permitting us to consume a wider variety of cultural material.

Here are some useful tips to memorize vocabulary quickly and effectively.

Mnemonics. Mnemonic devices or mnemonics are a variety of techniques that help you store information in long-term memory and remedy it more effectively. Mnemonics are based on creating meaningful associations with the information by using things such as images, memorable phrases, short poems, or even kinesthetic forms.

Mnemonics work by making connections with the word. It becomes not just a word from a foreign language, but a theory connected to an image, a joke, a song, or something else. The stronger this image and this connection are, the better mnemonic devices work.

Here one type of mnemonics:

Music Mnemonics – Remembering lyrics to a song is much easier than remembering a text. The rhyming and the melody makes it easier to remember. Do you remember the ‘ABC song’? This is an example of a music mnemonic.

Share and Teach Others with The Protégé Effect. There’s an old Latin proverb that the best way to learn something, is to teach it to someone else. “By teaching, we learn,” – Roman philosopher Seneca the Younger (c. 4 BC – 65 AD). This is also known as The Protégé Effect.

Does this really work and, if so, how? If we turn to back to how our memory works, recalling information is one of the key processes connected in memorizing something. The more you use and interact with the information, the more effectively you’ll remember it. So, by teaching others and sharing your knowledge in a meaningful way, you’re actually helping to consolidate your knowledge into your long-term memory.

Combine words with images with Dual Coding. Dual coding is where you combine both visual and verbal information. Developed by Allan Paivio of the University of Western Ontario in 1971, Paivio based his method on the idea that the formation of mental images aids learning. For example, you store the concept of a ‘cat’ in your mind as both the **word** and an **image** of a cat, and you can retrieve them together, or separately.

Here are some examples of using dual coding in language learning:

- Drawing out a historical timeline of events
- Using comics or storyboards to remember stories and texts
- Visual note-taking with part of the information presented as images
- Flashcards that include images
- Visual cues used during quizzes

As you’ve seen in the previously mentioned memory tips in, creating visual associations are a really powerful tool which is why dual coding is so effective.

Flashcards. That which is mentioned in dual coding.

Making flashcards is a popular way of learning new words. Place your flashcards where you will see them regularly and read them daily. To find free flashcards with pictures that you can print,

Use spaced-repetition. As we’ve seen above, repetition is key to storing information in long-term memory. Spaced repetition is a popular method with polyglots and the language learning community in general.

Spaced repetition works by presenting you with information right before you forget it to make sure that it stays fresh in your mind. You don’t mindlessly repeat information over and over again; you repeat it across increasing intervals of time.

1. <https://www.eurekly.com/blog/how-to-learn-new-words-fast-13-smart-techniques-for-language-learners/>
2. <https://www.theintrepidguide.com/memory-hacks-how-to-memorize-vocabulary-faster/>
3. <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/exams/grammar-vocabulary-exams/tips-remember-words>
4. https://busyteacher.org/teaching_ideas_and_techniques/flashcards/
5. <https://www.eslflashcards.com/>
6. https://mrprintables.com/printable-flash-cards.html%20https://busyteacher.org/teaching_ideas_and_techniques/flash_cards/

7. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
8. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
9. Gazieva , S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
10. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
11. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
12. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

HOW TO TEACH ENGLISH IN MIXED ABILITY CLASSES

Khayitboeva Nigina

(Chirchik state pedagogical university, Chirchik, Uzbekistan)

A mixed ability class refers to class in which students differ greatly in ability, motivation for learning, interests and educational background. Mixed ability groups are also called heterogeneous classes. Mixed ability classes are not only problem in teaching language but it is common in all classes. Since, two students can never be similar in terms of background, learning speed and ability including motivation. However, nowadays a great deal of teachers is facing this problem having lots of challenges in the process of lesson. There are several methods that teachers can possibly apply in teaching process to reach the balance among knowledge acquisition of students.

To begin with, it is possible phenomenon that ability pairing and groupings can cause pressure and frustrations for everyone involved. To avoid this kind of cases, it is essential to consider firmly what kind of materials and activities are should be involved in the classroom and how lessons and instructions are delivered in the classroom which can be the biggest challenge for teachers. It is fact that, if advanced students are provided with inappropriate materials, they definitely underachieve which can harm their motivation and psyche. Weaker students may also feel pressured as the exercises are beyond their capacity and ability. So, teachers should find the right balance of sources that are both interesting and challenging for the students not to face abovementioned problems.

Differentiated learning process is one of the most effective way of solving this problem namely teachers can incorporate a method by having wide range of resources on hand to use lessons in the classroom. However, this thing can be time-consuming initially but adapting materials is one of the best way to support the varying levels in the classroom. Additionally, it can be simple as changing activities or tasks like introducing and alternating between comprehension checking questions, open-ended questions, crosswords, matching, multiple choice or even by playing a fun team building games. And for each activity teachers should pay attention their level which are medium or hard.

The main purpose of differentiated learning is that your students have access to materials that help them to learn new information efficiently during the lesson. Incorporating this method allows students to be more self-awarded about their targets, it gives more and more opportunities for developing and also gives them choice to opt challenges when they feel reads to them.

Adapting materials for mixed ability classes can take different forms.

One way to adapt materials is to rewrite reading texts and grade the language accordingly for different levels. In an ideal world where a teacher has all the time in the world to prepare their classes this may be the perfect solution. However, the reality is that this sort of adaptation is extremely time consuming and not many teachers can actually go to this length to adapt materials for mixed level groups. Another problem that can arise with this sort of adaptation is that it can be awkward to give out different texts to different students. There's a danger that they will instantly realize that they have been labelled as a weak or strong student and, in the case of the weaker students, this will no doubt effect their motivation.

Methods for teaching heterogeneous classes:

Whole class – mingles

A mingle activity involves students talking or interacting with many different members of the class in a short period of time in order to achieve a task. This means that any one student will work with students at different levels - experiencing stronger and weaker levels of communication. This supports the weaker students and provides opportunities for the stronger ones.

Pair work

You can pair strong with strong, weak with weak, or strong with weak. Perhaps in a very controlled activity, the strong with weak will work well. In a freer activity, perhaps strong with strong will be of benefit. Variety in the pairings is the key here - and you should also be sensitive to the general relationship between different students, and learn to note who works well with whom.

Extra work / homework

It is straightforward to give different students different homework - unless it is part of a standard assessment procedure. Give weaker students homework which really does consolidate the class work, and give the stronger students work that will widen their knowledge or put it to the test a little more. When teaching mixed ability classes, the weaker students will be missing things during the lesson, or failing to understand. Use homework to address this. The stronger students may feel held back during the class, so homework can now really push them (if they are so inclined!) between different students, and learn to note who works well with whom.

Student nomination

This is a simple classroom management technique that really aids in the mixed ability class.

When asking for answers to questions, ask particular students, rather than asking the class in an open fashion e.g. 'What's the answer to number 9?' is an open question, whereas 'What's the answer to number nine, Maria?' is a nominated question. If you ask open questions, the same old strong students will provide the answers. This creates a poor dynamic to the class, for many reasons.

Error correction

Stronger students can probably stand more correction. Don't over correct weak students as it will affect their confidence. Encourage students to correct one another and demand a higher level of accuracy from the stronger students.

Student self-awareness

Encourage students to develop an awareness of their own language abilities and learning needs. What are their strengths and weaknesses, and how can they focus on these? How can they measure their own progress. This may take the form of a learner's diary, regular self-assessment, keeping records of mistakes, keeping a record of things learnt.

As of main pros of this different ability classes, pairing and grouping students at different levels helps to create active learning process because students with higher ability support lower ones. By them higher-level students not only gain confidence, but also, they can retain what they learned in the classroom by explaining their pairs. As of studies, the teamwork greatly influences to the development of supportive relationships and greater self-esteem. So, it is not useless working in different ability classes as it can include several advantages for both teachers and students.

To conclude, although it can seem daunting to teachers to teach mixed-ability students in one classroom. But teachers should consider this challenge as adventure. Because, if teachers teach only smart students which are easy to approach, they never reach self-development on themselves. If they apply abovementioned methods, working with heterogeneous classes become so easy to them.

1. GARETH REES, TEACHER/TEACHER TRAINER, LONDON METROPOLITAN UNIVERSITY, UK.
2. JO BUDDEN FIRST PUBLISHED 2008. [HTTPS://WWW.TEACH-THIS.COM/IDEAS/TEACHING-MIXED-ABILITY-CLASSES](https://www.teach-this.com/ideas/teaching-mixed-ability-classes)
3. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
4. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
5. Gazieva, S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
6. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
7. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.

8. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

FLIPPED METHOD IN TEACHING ENGLISH

Sharipova Nodira Shavkat qizi
(Chirchik state pedagogical university, Chirchik, Uzbekistan)
Scientific supervisor – Akhmedov Hasan Uzairovich

Flipped classroom is a “pedagogical approach in which direct instruction moves from the group learning space to the individual learning space, and the resulting group space is transformed into a dynamic, interactive learning environment where the educator guides students as they apply concepts and engage creatively in the subject matter”.

It is also concerned that, flipped method is much more affective in comparison with other methods.

The process of moving lecture content from face-to-face class time to before class by assigning it as homework. This allows for more interactive forms of learning in order to take place during the class. Flipped teaching often involves students watching lecture videos as homework and this teaching is known as flip teaching, reverse teaching and the inverted classroom.

While often defined simplistically as “school work at home and home work at school,” Flipped Learning is an approach that allows teachers to implement a methodology, or various methodologies, in their classrooms. To counter some of the misconceptions about this term, the governing board and key leaders of the Flipped Learning Network (FLN), all experienced Flipped Educators, have composed a formal definition of “Flipped Learning.” Explicitly defining the term may dispel some of the myths repeatedly promulgated by teachers, the media, and researchers. These Flipped Learning leaders also distinguish between a Flipped Classroom and Flipped Learning. These terms are not interchangeable. Many teachers may already flip their classes by having students read text outside of class.

The comparison of traditional and flipped class:

1 instructor prepares material to be delivered in class

2 students listen to lectures and other guided instruction in class and take notes

3 Homework is assigned to demonstrate understanding

When it comes to Flipped classroom

1 Instructor records and shares lectures outside of class

2 students watch and also listen to lectures before coming to class

3 class times is devoted to applied learning activities and more higher order thinking tasks

4 students receive support from instructor and peers as needed

Jeff Dunn (2014) has written a short piece on “**The 6-step guide to flipping your classroom**”, which presented 6 easy steps for implementing flipped classroom.

•Plan

Figure out which lesson in particular you want to flip. Outline the key learning outcomes and a lesson plan.

•Record

Instead of teaching this lesson in-person, make a video. A screencast works. Make sure it contains all the key elements you’d mention in the classroom.

In Bergmann and Sams’ book (2012), they also pointed out that do not make a video just for the sake of making a video. Only do so when you feel these are appropriate and necessary. It all depends on the educational goal of your lesson. If making videos better facilitate your instructional goal, and then go ahead.

•Share

Send the video to your students. Make it engaging and clear. Explain that the video’s content will be fully discussed in class.

•Change

Now that your students have viewed your lesson, they’re prepared to actually go more in-depth than ever before.

•Group

An effective way to discuss the topic is to separate into groups where students are given a task to perform. Write a poem, a play, make a video, etc.

•Regroup

Get the class back together to share the individual group’s work with everyone. Ask questions, offer opinions, encourage discussion.

Then, **Review, Revise and Repeat!** Figure out what worked and what didn't, add or subtract elements, change things around, and try it again with a different lesson. It will get better with time and practice!

The Four pillars of F-L-I-P

“F” FLEXIBLE ENVIRONMENT

Flipped Learning allows for a variety of learning modes; educators often physically rearrange their learning spaces to accommodate a lesson or unit, to support either group work or independent study. They create flexible spaces in which students choose when and where they learn. Furthermore, educators who flip their classes are flexible in their expectations of student timelines for learning and in their assessments of student learning.

“L” LEARNING CULTURE

In the traditional teacher-centered model, the teacher is the primary source of information. By contrast, the Flipped Learning model deliberately shifts instruction to a learner-centered approach, where in-class time is dedicated to exploring topics in greater depth and creating rich learning opportunities. As a result, students are actively involved in knowledge construction as they participate in and evaluate their learning in a manner that is personally meaningful.

“I” INTENTIONAL CONTENT

Flipped Learning Educators continually think about how they can use the Flipped Learning model to help students develop conceptual understanding, as well as procedural fluency. They determine what they need to teach and what materials students should explore on their own. Educators use Intentional Content to maximize classroom time in order to adopt methods of student-centered, active learning strategies, depending on grade level and subject matter.

“P” PROFESSIONAL EDUCATOR

The role of a Professional Educator is even more important, and often more demanding, in a Flipped Classroom than in a traditional one. During class time, they continually observe their students, providing them with feedback relevant in the moment, and assessing their work. Professional Educators are reflective in their practice, connect with each other to improve their instruction, accept constructive criticism, and tolerate controlled chaos in their classrooms. While Professional Educators take on less visibly prominent roles in a flipped classroom, they remain the essential ingredient that enables Flipped Learning to occur.

ADVANTAGES:

- Opportunities for teachers to teach (through video) and then clarify it
- Improved student access to content,
- Potential for family support,
- Emphasis on student self- direction,
- Ongoing access to content for all students (review, student absences, etc.)
- Students have more control
- It promotes student- centered learning and collaboration
- Lessons and content are more accessible (provided there is tech access)
- Access = easier for parents to see what's going on
- It can be more efficient

DISADVANTAGES:

- Significant 'front end' work by the teacher;
- Need for technology and bandwidth for all students;
- Increased screen time;
- Not engaging for all students;
- Not all 'homes' are equally supportive for students
- It can create or exacerbate a digital divide it relies on preparation and trust
- There is significant work on the front- end
- Not naturally a test- prep form of learning
- Time in front of screens- instead of people and places- is increased

1. <https://www.uvm.edu/ctl/designing-and-teaching-courses/flipped-learning/#:~:text=Flipped%20Learning%20is%20a%20pedagogical,concepts%20and%20engage%20creatively%20in>
2. https://flippedlearning.org/wp-content/uploads/2016/07/FLIP_handout_FNL_Web.pdf
3. <https://www.teachthought.com/learning/pros-and-cons-of-a-flipped-classroom/>
4. <https://images.app.goo.gl/VUmfVaRCdna9Paks9>
5. <https://images.app.goo.gl/Pq6ysNHnyBMd5S3E6>
6. <https://www.google.com/url?sa=i&source=web&cd=&ved=0CAMQw7AJahcKEwig7ueBiob7AhUAAAAAHQAAAAAQAg&url=https%3A%2F%2Ffiles.eric.ed.gov%2Ffulltext%2FEJ1141886.pdf&psig=AOvVaw1M4YvvSxN7huZuuz2SvzM8&ust=1667154870749983>

7. Khamitov Eldorbek Erkin o'g'li (2022). USING APPS IN TEACHING ENGLISH AS A BUSY TEACHER. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW. Vol 11, Issue 06, 2022
8. Mamatova, M. A., & Asiljonova, S. D. (2022). BADIYIY TARJIMADA MILLIY KOLORIT VA REALIYALAR. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(5), 666-66
9. Gazieva, S. T. (2022). PROBLEMS AND MODERN APPROACH OF TEACHING VOCABULARY. Academic Research in Educational Sciences, 3(6), 19–25.
10. Elmurodov, U. Y. (2022). MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 175-178.
11. Umarova, D. R. (2022). CRITICAL THINKING IN EDUCATION: DISCUSSION AND PROBLEMSOLVING TECHNIQUE. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 185-190.
12. Shorakhmetov, S. S. (2022). THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENTS. Central Asian Research Journal For Interdisciplinary Studies, 2(6), 86-90.

РОЗВИТОК ДІАЛОГІЧНОГО ТА МОНОЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Шевченко Є.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.

На теперішній час існує незліченна кількість засобів та інструментів, які дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент в мережі Інтернет, редагувати його у групі в реальному часі. Багато з таких інструментів є вузько направлені, і на вирішення кожної задачі можна знайти свій. Ще нещодавно найпоширенішими були блоги, вікі, подкасти, соціальні мережі [1, с. 819]. Проте сьогодні їх безліч, і в цих умовах студенти часто є вже досвідченими користувачами певних інтерактивних інструментів. Це зумовлено загальним розвитком технологій. Загалом ці технології надають захоплюючі нові можливості для навчання,

створюють нові способи взаємодії з навчальними матеріалами, тощо [2, с. 40].

Інструментів існує велика безліч і однією з ключових задач, що стоїть перед викладачем, це обрати потрібний. Для цього перш за все треба визначити, яка задача вирішується в аудиторії. Зараз актуальним є дистанційне навчання, і питання, чи використовувати онлайн засоби у навчанні, не стоїть, це є необхідністю. Кожен предмет потребує як мінімум вирішення питання ефективного обміну файлами. Часом достатньо електронної пошти, а десь викладач хоче одразу виправляти завдання і тому застосовує, наприклад, Google classroom, а у іншого викладача постало питання колаборації, де студентам потрібно працювати разом над одним завданням.

В аспекті якісної підготовки філологів-перекладачів завдання розвитку та удосконалення навичок говоріння є одним із ключових, а групова робота студентів є виключно важливою. Спільний креативний проект виступає цікавим та продуктивним завданням задля консолідації навичок говоріння. Варто зазначити, що чим менше обмежень при виконанні проектів, тим більшої креативності можна очікувати. Спочатку перед студентам стоїть проблема створення та обговорення ідеї. Для цього вони можуть використовувати як онлайн версію *Word*, так і онлайн інтерактивні дошки, наприклад *Miro*, що дозволяє завантажувати текст, зображення, документи, редагувати та обговорювати їх в реальному часі. Який інструмент забезпечує безпосередній контакт, не є принциповим моментом, рішень для створення групових чатів безліч: *Telegram*, *Discord*, *Skype*, *Google Meet*, *Zoom*. Саме створення відео гарантовано має виконуватися в процесі високого рівня взаємодії, оскільки такі сайти як *Canva* чи *WeVideo* дозволяють створювати та редагувати відео одночасно декількома людьми. Кінцевий обмін файлами забезпечується такими ресурсами як хмарні сховища *Google Disk* чи *Mega*.

Ефективною практикою є поділ студентів на групи таким чином, аби в кожній групі були більш досвідчені у використанні певних інформаційно-комунікаційних технологій студенти, де вони могли б за потреби допомогти менш досвідченими у ІКТ студентам. Вибір завдань для вдосконалення навичок діалогічного та монологічного мовлення за допомогою ІКТ є широким. Це може бути запис подкасту, створення онлайн конференції на неформальну тематику в *Discord*, запис аудіокниги тощо.

Наразі, можна говорити, що ефективність використання інтерактивних онлайн інструментів під час навчання потребує подальших поглиблених досліджень, особливо в аспекті визначення конкретних задач, що вирішуються шляхом їх застосування. Проте варто зазначити, що вони вже як мінімум надають можливість частково компенсувати недоліки дистанційного навчання та підвищити рівень взаємодії та мотивації під час навчання.

1. Yasemin K., Sacide G. Adoption of Web 2.0 tools in distance education. *World Conference on Educational Sciences*. 2019. P. 818-823.
2. Gráinne C., Panagiota A. A literature review of the use of Web 2.0 tools in Higher Education. The Open University. 2010. 111 P. 40-42.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ТА ЗБАГАЧЕННЯ ВОКАБУЛЯРУ ЗА ДОПОМОГОЮ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Шкурко О.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.

Система освіти постійно оновлюється. Важливим чинником, що визначає характер змін у системі освіти, є науково-технічний прогрес, який не мислиться без інформаційних технологій. [1, с. 1]

Потенційний розвиток лексичної компетентності не тільки студентів-перекладачів, а й тих хто зацікавлений у вивченні іноземної мови, є невід'ємною складовою у вивченні та осягненні усієї структури іноземної мови. Лексика – це той матеріал, який студенти повинні засвоювати легко, швидко, продуктивно та впевнено оперувати у процесі спілкування іноземною мовою.

На сучасному етапі вивчення іноземної мови значну увагу необхідно приділяти використанню мультимедійних технологій. Задля досягнення кращого засвоєння викладеного матеріалу необхідно користуватися усіма можливостями та перевагами ІКТ. Поєднання візуального зображення, тексту і звукового супроводження надає можливість для комплексного розвитку навичок мовленнєвої діяльності студента під час вивчення іноземної мови. Використання наочних ілюстрацій, мультимедійних засобів, які об'єднують відео-,

аудіо- матеріали сприяє не тільки ефективності вивчення лексики іноземної мови, а й навчання в цілому. [2]

Окрім підручників, використання інформаційних технологій передбачає застосування різноманітних комп'ютерних програм та онлайн-курсів навчального призначення. Гарна асоціативна пам'ять – запорука правильного запам'ятовування лексичного матеріалу іноземної мови.

Quizlet – одна з найпопулярніших програм навчального спрямування. Автори пропонують декілька режимів, а саме: вивчення матеріалу, закріплення, а також контроль знань. Використовуючи у своїй роботі аудіо, графічні матеріали, а також режим карток, що перевертаються, ця програма надає можливість не тільки покращити свій вокабуляр іноземної мови, але й допомагає запам'ятати певне слово або фразу за допомогою зображення. Створюючи власні картки, можна власноруч завантажити зображення, яке найкраще підходить для висвітлення значення слова або обрати серед запропонованих.

Для гарного засвоєння та закріплення нових лексичних одиниць, необхідно використовувати їх якомога частіше у своїй діяльності або повсякденному житті.

Visuwords – це графічний онлайн-словник, де студент може шукати нові слова та їх значення, а також словосполучення, де вони використовуються. Це відмінний інструмент, який допомагає поповнювати словниковий запас і розуміти принципи складання словосполучень, фраз і словотворів.

WeVideo – це безкоштовний відео редактор, у якому студенти можуть створювати цікаві історії та проекти у форматі відео на основі вивчених слів та фраз з метою закріплення та засвоєння, що надзвичайно важливо для довготривалого запам'ятовування.

Лексична компетентність та великий словниковий запас студентів є однією з найголовніших складових у вивченні іноземної мови. Навіть без елементарного запасу слів неможливо говорити про інші складові вивчення мови, адже нові слова, фрази, словосполучення, стійкі вирази – усе це дає можливість говорити впевнено та без попередніх роздумів: "а яке ж слово підібрати?".

На сьогоднішній день мультимедійні технології інтегрувалися як невід'ємна складова у навчальному процесі. Їх внесок у розвиток лексичної компетенції студентів є дуже важливим. Маючи велику кількість переваг та можливостей, що дозволяють максимально ґрунтовно засвоювати лексичний матеріал іноземної мови,

мультимедійні технології швидко витісняють традиційні підходи до навчання та прокладають шлях до нових.

1. Іваненко В. В. Використання мультимедійних засобів для підвищення якості вивчення іноземних мов у ВНЗ. 2017. С. 1 URL: https://www.researchgate.net/publication/332633715_Vikoristanna_multimedijnih_zasobiv_dla_pidvisenna_akosti_vivcenna_inozemnih_mov_u_VN_Z (дата звернення: 27.10.2022)
2. Омеляненко Г. А. Інформаційно-навчальне середовище: дидактичний аспект. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://intkonf.org/omelyanenko-ga-informatsiyno-navchalne-seredovische-didaktichnij-aspekt>

Секція 7

«ОСМИСЛЕННЯ ПРАЦЬ МАНДРІВНОГО ФІЛОСОФА ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ»

ПОГЛЯДИ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Бакун М. О.

*(Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Тараса Шевченка)*

Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Смоліна С. В.

Україна дала світові Григорія Сковороду, який увійшов до списку 100 найкращих філософів світу, поряд із Сократом та Епікуром, Конфуцієм та Лао-Цзи.

Мова найосвіченішого українця XVIII ст. Григорія Сковороди може дати відповідь на багато питань, які безпосередньо стосуються не лише історії української літературної мови, а й ширше – історії української духовності, зокрема історії української ментальності й історії української мовної свідомості.

Великий Кобзар та творець українського національного слова, Тарас Шевченко, захоплювався творчістю Григорія Савича, можливо тому в його творчості так яскраво виражені свободолюбство та українська духовна ментальність. Несподівано видається оцінка мови Г.Сковороди українським модерністом в еміграції І. Костецьким. Найбільшою проблемою української літератури він вважає те, що не мова Сковороди, якого автор називає наймодернішим українським письменником, а мова Шевченка лягла в її основу. «Українська літературна мова, позасумнівна річ, була б принципово відмінна від тієї, якою вона є сьогодні, якби в її основу лягла сквородинська модель. Мова ця була б культурною, включаючи грецький, латинський, старослов'янський шари, якими користувався Сковорода» [2; 65-67].

Багато хто сперечається про те, якою мовою писав все ж таки Григорій Сковорода. Розмірковуючи про слов'янську мову XVIII ст., І. Огієнко цілком слушно зауважив: «...Це не була московська чи російська мова, - це була своя літературна мова, що природно виросла на стародавній основі, на тому процесі, що йшов безперервно ще з

княжих часів»[3; 117-118]. До пізнання мови Сковороди потрібно підходити не з позиції сучасної мовної свідомості українськомовної людини, а з позиції реконструйованої мовної свідомості освіченого українця XVIII ст. І тоді виявляється, що лексика, яку нині більшість українців сприймає як російську, засвідчена у староукраїнських пам'ятках ще задовго до приєднання України до Росії. Це наприклад, *бедро, брюхо, бодрий, будто, везде, вец, время* [1; 183-211].

Отже, чимало слів що сучасна україномовна людина сприймає як російські (оскільки вживаються в сучасній російській мові та літературі). Значна частина цих лексем і донині вживається в різних українських говірках, які містять цінний матеріал для вивчення еволюції української мовної свідомості, зберігають давні елементи, що передавалися від покоління до покоління.

Цього року Сковороді – 300. І зараз, коли в Україні точиться повномасштабна війна, варто звернути увагу на нашого філософа і теолога. Його ідеї та зміст є орієнтирами для життя сьогодні. Росіяни можуть зруйнувати рай на землі, мури і домівку останніх років Григорія Савича, але не зможуть зруйнувати його ідеї.

Основна спадщина Сковороди – нематеріальна. І росіяни з цим нічого не можуть вдіяти – поки ми не тільки зберігаємо, а й маємо цю спадщину в культурному обігу: Сковороду вчать у школі, видають біографії та дослідження. Тож фізичне знищення пам'яток у боротьбі з українською ідентичністю їм не допоможе.

1. Гнатюк Л. Мовний феномен Григорія Сковороди в контексті староукраїнської книжної традиції / Л. Гнатюк. – Київ: Київський ун-т, 2010. – 183-211 с.
2. Ігор Костецький. “Стефан Георге: Особистість, доба, спадщина” / Штутгарт: На горі, 1971. – 65-67 с.
3. Огієнко І. Історія української літературної мови. – Київ, 1995. – 117-118 с.

ЖИТТЯ І СПОСІБ ФІЛОСОФУВАННЯ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ

Перерва Д.

(Сумський державний університет)

*Наукові керівники – канд. філол. наук, професор Кобякова І. К.,
канд. техн. наук, доцент Кобяков О. М.*

Життя **Григорія Сковороди** стало втіленням його релігійно-містичного вчення. "Український Сократ", як його часто називали, зосереджував вістря своїх інтересів на людині, як і його афінський попередник. Самопізнання, антропологія і етика – суттєві складові його філософії, а відправний пункт – християнська свідомість мислителя. Урівноважуючи в душі віру і знання, не відділяючи дарів Одрокнення від розуму, Г.С. Сковорода користується алегоричним методом тлумачення.

Містичний характер філософії, екстатичні переживання і духовні підйоми, притаманні, за свідченням сучасників, Сковороді, зближують його зі східними християнськими містичками [3, с.168]. Віра для філософа – не перешкода свободі думки. Але і свобода думки для нього – це не модне вільнодумство Просвітництва, "мудрість віку цього". "Мудрування мертвих сердець перешкоджає філософувати у

У вірі, що зумовлює розуміння незбагненності єдності вічного і минушого, їх взаємопереходу і взаємопроникнення, Сковорода бачить єдину мудрість, софійність життя.

Життя світу постає перед Сковородою у подвійному вигляді, реальність буття у нього різна на поверхні і в глибині. "Тіло моє, знаю я, на вічному плані засноване, ти бачиш у собі одне земне тіло, але не бачиш тіла духовного" [1 с.114]. Ця теза звучить у дусі платонізму, який визнає "світ ідей", що "подвоюють" буття.

Втім, Сковорода вчить, що чуттєвий світ, як і у Платона, є тінню істинного буття. Звідси мислитель виводить абсурдність людського буття, замкненого у речовому світі; це положення є відправним пунктом його етики.

Звідси походить символізм гносеології Сковороди. Зовнішній чуттєвий світ приховує в собі таємничий зміст, проявом якого є зовнішність світу. Зовнішня предметність світу лише репрезентує собою світ істинний, є символом останнього.

Людина, яка не усвідомлює символічності чуттєвого, речового світу, любить "ідола" у своєму тілі, а не саме тіло. Доки людина бачить лише плоть і прах, вона ніби не існує, не живе на світі.

Проблема людини, її сутності і долі, сенсу її життя перебуває у фокусі вчення Сковороди. Основним поняттям його антропології є поняття серця, котре є центральним і суттєвим у людині. „Всяк есть то, каково сердце в нем, всему в человеке глава есть сердце – оно и есть истинный человек” [1, с.115]. Уся зовнішність людини визнається маскою, яка приховує сокровенне, осередок якого – у серці. Згідно зі своєю засадою дуалізму, Сковорода поділяє не тільки тіло людини на „тіло земне” і „тіло духовне”, але й постулює наявність двох сердець. „Духовне” серце є „бездоня, котра все охоплює і вміщує”, натомість її саму ніщо вмістити не може. Сковорода говорить: „Что есть сердце, если не душа? Что есть душа, если не бездонная мыслей бездна? Что есть мысль, если не корень, семя и зерно всяя нашей плоти-крови и прочей наружности?.. Мысль – есть тайная пружина всей нашей телесной машины” [1.с.114].

Вихідним пунктом антропології і етики Сковороди є визнання абсурдності буття людини, ув'язненого в речовому світі. Людина живе в світі предметів, прагне до предметів, але ніколи не насичується. Матеріальний світ поглинає людину, примножуючи її страждання, а не звільнюючи від них. Нескінченність предметного світу позбавлена сенсу, безглузда, жадоби до багатства в принципі ніколи не можна утамувати, вона є абсурдною. Вирватися на волю людині, підкореній стихіям світу цього, неможливо. Страждаюча людина має усвідомити неправду плоті. У почестях, сріблі, волостях – джерело нарікань, скарг, смутку, ворожнечі, сутяжництва, грабунку, хитрощів. З цього джерела породжуються зради, заколоти, занепад держав, з нього, як з рогу достатку, висипається безліч нещасть.

Бути щасливим – значить пізнати себе, або свою природу, вибрати свою долю і відповідати тому роду діяльності, котрий притаманний тобі, існувати у повній згоді з загальним призначенням людини, враховуючи добродійність і послуги. Бажання і старанність в роботі або іншій діяльності неможливі без „природи”, тобто без природжених здатностей, що допомагають успіху. Природа надихає і стверджує у труді, роблячи його „солодким”. Відтак природа – це „блаженный в человеке дух” вона здійснює саморух, який є проявом природжених людських якостей. Цей дух формує в людині заклик щасливо вступити в звання, коли не внаслідок примхи або за чужими

порадами, а пізнавши саму себе, підкорившись духу, що живе у сокровенних глибинах єства, вона береться до справи і тримається тієї посади, заради якої власне з'явилася на світ.

Спорідненість інтуїтивна за природою. Людина співставляє свою універсальну обдарованість зі здатністю до якоїсь справи. Тоді і з житнім хлібом і водою не позаздриш царським покоям, адже саме в цих покоях головним для людини стає багатство і його наживання. Мати за мету діяльності одні лише прибутки – вірна ознака неспорідненості.

Споріднена діяльність має вірну ознаку – симпатію. Терпимим є все те, що природне, і симпатія означає природну схильність або до дружби, або до страви, а найбільше – до обрання роду діяльності. Неспорідненість до звання – внутрішня отрута, вбивця.

Єдність спорідненої діяльності і загальнолюдського відкривають шлях до розуміння сенсу життя, місця людини в світі, до розбудови своєї долі, а у філософа – до досягнення не лише буття в світі, але і його межі – смерті. Саме через споріднену діяльність людина повертається до самої себе в істинній своїй природі.

1. Кобяков О. М. Філософія: сім видатних постатей: Текст лекцій– Суми: Вид-во СумДУ, 2007. – 207 с.
2. Кобякова, І. К, Життя і спосіб філософування Григорія Сковороди / І. К. Кобякова, О. М. Кобяков // Перекладацькі інновації: матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 19-20 березня 2021 р. / Редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми: СумДУ, 2021. – С. 167-169
3. Чижевський Д. І. Філософські твори : у 4 т. Т. 1 : Нариси з історії філософії на Україні. Філософія Г. С. Сковороди. Д. І. Чижевський. – Київ: Смолоскип, 2005. – 402 с.
4. Швачко С. О. Об'єкти перекладознавства : монографія С. О. Швачко, І. К. Кобякова, Т. О. Анохіна. – Суми: Сумський державний університет, 2019. – 222 с.

Електронне наукове видання

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ XII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Суми, 25 листопада 2022 року)

Відповідальний за випуск І. К. Кобякова
Комп'ютерне верстання Н. М. Балакіревої

Стиль та орфографія авторів збережені.

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 16,45. Обл.-вид. арк. 17,27.

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.